

L'expérience sensorielle par l'odorat

La place de l'olfaction dans les créations contemporaines

Marianne Coussin

Lycée Jacques Prévert
DSAA Design Graphique et Narration Multimédia
Session 2020

Sous la direction de :
Delphine Gauly
Anne Mortal

L'expérience sensorielle
par l'odorat

La place de l'olfaction dans les créations contemporaines

Marianne Coussin

Lycée Jacques Prévert
DSAA Design Graphique et Narration Multimédia
Session 2020

Sous la direction de :
Delphine Gauly
Anne Mortal

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier Delphine Gauly et Anne Mortal, les tutrices de ce mémoire, pour leur encadrement et leurs conseils tout au long de l'écriture ainsi que le reste de l'équipe pédagogique du DSAA pour leurs encouragements.

Mes remerciements s'adressent également à mes camarades de classe et mes proches pour leur soutien qui m'a été précieux pour la réalisation de ce mémoire, ainsi que leur regard extérieur, leurs critiques qui ont guidé mon écriture.

SOMMAIRE

INTRODUCTION - p.5

PARTIE I / L'individu sensible vers l'exploitation de sa capacité olfactive - p.7

a - Comprendre la perception olfactive - p.7

b - La place de l'odorat vis-à-vis des autres sens - p.11

c - Les pouvoirs de l'olfaction - p.14

PARTIE II / Dispositifs olfactifs : différents enjeux - p.21

a - Enjeux de reconnaissance : une redécouverte d'un sens délaissé - p.21

b - Enjeux mnésiques : empreintes indélébiles - p.30

c - Enjeux culturels - p.36

PARTIE III / Quelles promesses technologiques pour l'olfaction ? - p.45

a - Olfaction et technologies - p.45

b - Quelles limites ? - p.53

CONCLUSION - p.57

Bibliographie - p.58

Sitographie - p.59

Lexique - p.61

INTRODUCTION

Notre quotidien est marqué par le surplus d'images et l'excès de bruit. En étant perpétuellement sollicités sensoriellement, la place de notre corps guidé par son système sensoriel a été radicalement modifiée suite aux évolutions technologiques, vis-à-vis de notre environnement. Cette révolution numérique, caractérisée par des nouvelles formes de communication et de nouveaux types de médias, peut engendrer une modification de ce que l'on ressent, et donc notre capacité à se laisser guider par nos sens. La prépondérance de la vue et de l'ouïe est sensiblement renforcée par la dominance du numérique et les multitudes d'écrans qui nous entourent dans notre quotidien. L'existence des contenus audiovisuels contribue à reconsidérer une hiérarchie déjà ancrée des sens, où le goût et l'ouïe sont en bas de classement. Globalement, l'olfaction peine à s'imposer, autant parmi les nouvelles technologies dans notre vie quotidienne que parmi les œuvres d'arts et dispositifs de réalité augmentée.

Pour nous reconnecter avec nos corps et nos propres perceptions, certaines oeuvres ou expériences immersives questionnent ce rapport avec nos sens, dont notamment l'olfaction. La présence d'une odeur marquée dans un dispositif nous interpelle en premier lieu par la curiosité : quelle est cette odeur ? M'est-elle connue ou inconnue ? Que m'évoque-t-elle ? Et qu'est-ce que l'action de sentir apporte véritablement ? Permet-elle de révéler quelque chose qui n'est pas tangible ? Cette émanation permet-elle de sensibiliser à une cause quelconque de manière plus frappante ? N'engagerait-elle pas une révélation de nouvelles images abstraites, stimulant l'imagination de chacun ?

Face à ce constat et ces questionnements, il me semble intéressant de m'interroger à travers ce mémoire sur l'expérience de l'odorat : quelle est la place des sens et plus particulièrement de l'odorat aussi bien en général que dans le monde de l'art et du design actuel ? Quel rôle le designer graphique peut-il jouer dans le renouveau d'intérêt de la société de ce sens oublié ? Est-ce un rôle sensationnel ? Que faire des dispositifs numériques tels que les applications sur tablette ou la réalité augmentée qui font appel essentiellement à la vue et l'ouïe mais pas ou peu aux autres sens ? Faire appel aux sens et plus particulièrement de l'odorat est-il nécessaire pour une expérience plus marquante ? Pour tenter de répondre à ces questionnements, j'ai construit mon argumentaire en m'intéressant en premier lieu aux

capacités olfactives de l'Homme, en cernant mieux la perception olfactive, son évolution, les raisons du manque d'intérêt qui l'entoure, et au contraire les pouvoirs que ce sens peut conférer. Puis, je me suis intéressée aux différents enjeux des dispositifs olfactifs déjà mis en place et les problématiques qu'ils soulèvent, pour enfin me questionner sur les promesses technologiques du design olfactif, et les limites qui peuvent altérer son développement.

PARTIE I

L'individu sensible vers l'exploitation de sa capacité olfactive

L'Homme est doté de cinq sens : la vue, l'ouïe, le toucher, le goût et enfin l'odorat. Le sens de l'odorat, bien qu'il n'ait pas été considéré comme noble et utile pendant longtemps, nous confère cependant certains pouvoirs, dont nous ne réalisons pas forcément la portée, comme l'attachement émotionnel et une richesse mnésique.

a - Comprendre la perception olfactive

L'Homme est un être dit *sensible*, c'est-à-dire doté d'un certain nombre de sens : la vue, l'ouïe, le toucher, le goût et enfin l'odorat. Ces cinq sens fournissent à notre cerveau certaines données, et vont lui conférer certaines capacités, c'est-à-dire celles de percevoir, d'anticiper et d'interagir avec notre environnement. Chaque jour, nous utilisons la totalité de nos sens sans même en avoir pleinement conscience. Il serait intéressant de cerner en particulier l'odorat, et de comprendre ce que représente le terme *odeur*. En quoi consiste exactement la perception olfactive ? A-t-elle évolué au fur et à mesure de notre Histoire ? Qu'est-ce que l'action de sentir implique ? Est-ce une capacité accessible à tous ?

Tout d'abord, il serait essentiel de remarquer que l'Homme, bien avant de sentir une odeur quelconque présente dans son environnement, utilise son nez pour respirer. Respirer est donc vital, essentiel à sa survie. Les odeurs qu'il perçoit lui sont donc imposées et ne se révèlent pas nécessairement être un choix.

Intéressons nous au terme *odeur* qui, selon André Holley, revêt plusieurs facettes : « tantôt il désigne la sensation olfactive que procure l'exposition aux constituants volatils d'une substance odorante, tantôt il fait référence à la substance qui est dotée de ce pouvoir olfactif, c'est-à-dire le stimulus¹ ». Il s'agit donc ici de distinguer la cause et l'effet, c'est-à-dire qu'il y a une substance qui stimule notre organe sensoriel, et des conséquences qui en découlent, qui dépendent alors de différents facteurs. Cette ambiguïté qui se crée autour de l'usage du mot *odeur* contribue au caractère indécis de la sensorialité olfactive : « Si sentir c'est bien déceler la présence, dans l'environnement, de substances ou d'objets qui ont une existence

¹ Holley André, *Éloge de l'odorat*, Éditions Odile Jacob, 1999, p.52.

indépendante du sujet qui perçoit, c'est aussi éprouver, ressentir, c'est-à-dire être subjectivement affecté² ».

L'olfaction est le premier sens à apparaître chez l'Homme. Même si la peau se développe avant l'odorat chez le fœtus, elle ne signifie pas nécessairement le toucher. L'odorat est donc le premier organe sensoriel qui se développe³. En 1960, il a été démontré par le professeur Lipsitt que le système olfactif du fœtus est l'un des premiers sens à se mettre en place entre 11 et 15 semaines et qu'il existe des capacités de détection et d'apprentissage des odeurs chez le nouveau-né. Il y a une imprégnation olfactive du fœtus selon le régime alimentaire de sa mère : le nouveau-né présentera une attirance olfactive pour les odeurs qui auront été beaucoup « consommées » par sa mère. À la naissance, le nouveau-né n'est donc pas neutre par rapport aux stimuli olfactifs et il est capable de capter des odeurs⁴. Le physiologiste Jacob Steiner a proposé lors d'une étude « des stimuli odorants divers à des nourrissons de seulement trois heures : vanille, banane, beurre, poisson, oeuf pourri⁵ ». C'est en photographiant ces nouveaux-nés et en s'intéressant à leurs mimiques faciales que l'on peut remarquer l'appétence et le rejet de certaines odeurs. Mais quelques semaines plus tard, l'attrait pour une odeur se fait également par l'apprentissage de celle-ci, le temps permettant de nouvelles expériences olfactives en fonction de son environnement, édifiant une mémoire des odeurs qui va perdurer.

L'olfaction n'est pas un sens acquis par tous et cela peut devenir problématique lorsqu'il y a une déficience de ce sens, avec un impact plus ou moins présent. Certaines pathologies, tels que l'anosmie ou l'hyperosmie peuvent devenir un réel handicap. La principale caractéristique de l'*anosmie* est la perte de l'odorat, sa diminution substantielle est appelée *hyposmie*. Elle peut s'accompagner aussi de *parosmie*, qui provoque des modifications de la qualité des odeurs : la perception olfactive est donc déformée et cela peut devenir à certains moments difficilement supportable⁶. On peut observer que les personnes anosmiques subissent une période de forte dépression, accompagnée de symptômes divers,

² Holley André, *Éloge de l'odorat*, Éditions Odile Jacob, 1999, p.53.

³ « #05 L'odorat, partie 1 - Les sens humains - e-penser - YouTube. » 13 janv.. 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=dJ0fo5Tp06A>.

⁴ « Olfaction — Wikipédia. » <https://fr.wikipedia.org/wiki/Olfaction>.

⁵ Vayssières Zoé & De Marnhac Anne, *L'odorat dans tous ses états*, Éditions Archibooks, 2015, p. 103.

⁶ Holley André, *Éloge de l'odorat*, Éditions Odile Jacob, 1999, p. 209.

dont un amoindrissement de l'appétit car il y a moins de plaisir à manger, et une baisse de l'excitation sexuelle. Quand l'anosmie est sévère, elle est associée à un risque accru d'accident domestique, développant des troubles phobiques : que ce soit la peur de sentir mauvais, de manger de la nourriture avariée ou ne pas s'apercevoir qu'un incendie se déclenche⁷. C'est en remarquant tous ces effets que l'on peut se rendre compte à quel point l'odorat est vital, et que son absence peut réellement devenir handicapante, voire mortelle. Au contraire, l'*hyperosmie* est une augmentation de la capacité olfactive. Les personnes hyperosmiques ont une capacité plus développée que la normale à percevoir les odeurs que les autres ne peuvent détecter, comme par exemple avoir la capacité d'identifier la dernière personne à avoir quitté une chaise grâce à son odeur. Cette hypersensibilité peut être plus ou moins bien vécue selon les personnes. L'exemple du protagoniste Jean-Baptiste Grenouille, dans le roman *Le Parfum* de Patrick Süskind, illustre bien les sur-capacités olfactives et leurs effets. Ce monstre humain hyperosmique est capable de se rappeler de l'empreinte olfactive d'une personne et d'en discerner son humeur, et donc de sentir de manière très précise les odeurs qui composent son environnement. Il s'imprègne même de l'odeur de ses victimes pour en créer un parfum ultime.

Revenons désormais à ce que en quoi consiste la perception olfactive. Pour bien la comprendre, il est indéniable de constater que les odeurs qui règnent dans notre quotidien ont bien évolué, tout comme les perceptions que nous en avons. Gordon M. Shepherd nous explique dans son article « The human sense of smell : are we better than we think ? » le développement du sens de l'odorat, très proche du goût :

Avec l'adoption de la bipédie, les humains accrurent très largement leur champ d'activité, avec la diversification concomitante de leur régime alimentaire et de l'olfaction rétro-nasale. En second lieu, l'avènement du feu [...] rendit le régime alimentaire humain plus riche en arôme et plus goûteux. [...] on peut également parler de cuisine humaine et d'aliments préparés, avec toute la diversité de leurs parfums⁸.

⁷ Rozin Paul, « "Taste-smell confusions" and the duality of the olfactory sense », 1982.

⁸ Gordon Murray Shepherd, « The human sense of smell : are we better than we think ? », in *PLOS Biology*, May 2004, Volume 2, Issue 5.

Traduit par Isabelle Rieusset-Lemarié, « Reconnaître le parfum », dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p. 25.

Il semblerait donc que l'être humain se soit développé notamment avec la diversité de son champ d'activité et avec l'arrivée du feu qui a eu un impact sur la richesse en goût des aliments et a permis une plus grande diversification du régime alimentaire. Cela a donc modifié notre perception olfactive, car bien évidemment, l'odorat et le goût sont intimement liés. Le sens du goût ne s'arrête pas seulement aux saveurs, mais aussi aux saveurs. Le goût de notre nourriture, peu importe sa forme, est à 90% régi par l'odorat. Un article de Paul Rozin évoque ce phénomène : « les molécules délivrées par la bouche remontent, du fond de la cavité orale, au travers du nasopharynx, jusqu'aux fosses nasales⁹ ». Cela serait la « voie rétro-nasale » ou la rétro-olfaction. On utilise aussi ce terme lors de la dégustation de vin pour en identifier les différents arômes.

Notre perception de l'odorat a donc une Histoire. Dès la Préhistoire, la création olfactive existait déjà, mettant en jeu des connaissances techniques sophistiquées autour du parfum, même s'il est difficile d'évaluer si cela peut être élevé au rang d'œuvre d'art. Ceci dit, la recherche de création de parfum était déjà présente. Par exemple, lors de fouilles archéologiques à Pyrgos en Grèce, « de nombreuses traces de résine de térébenthine » ont été retrouvées, « datant du deuxième millénaire av. J.-C¹⁰ ». La térébenthine servait aussi bien à la production de vin que de parfum, et était donc travaillée afin de créer des fragrances qui perdurent.

Dorénavant, comment pourrions-nous qualifier l'évolution de notre perception olfactive ? C'est ce type de questionnement que soulève Alain Corbin dans *Le Miasme et la Jonquille*, sur l'histoire d'un perpétuel conflit envers les odeurs nauséabondes, synonymes de pauvreté, de mort ou de péché, et sur cette recherche permanente d'une atmosphère plus pure, aux notes délicates. Nous pouvons dire que l'évolution de notre perception olfactive est intimement liée à l'évolution des valeurs de la société. Aujourd'hui, notre environnement est saturé de parfums, notre quotidien est odorisé et/ou désodorisé, et notre monde est devenu hygiéniste. Par exemple, les hôpitaux ou les maisons de retraite ont une odeur particulière qui se doit de renvoyer au propre, et non évoquer la maladie par de mauvaises odeurs -du moins

⁹ Rozin Paul, « "Taste-smell confusions" and the duality of the olfactory sense », 1982, traduit par Rieusset-Lemarié Isabelle, « Reconnaître le parfum », dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p. 24.

¹⁰ Rieusset-Lemarié Isabelle, « Reconnaître le parfum », dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p. 26.

putrides. Les mauvaises odeurs renvoient aux microbes et à la saleté, d'où cette volonté dans notre société de lutter contre elles et de vouloir s'en débarrasser à tout prix. Pourtant, bon nombre d'entre elles nous informent sur notre environnement, et peuvent même nous alarmer sur un air potentiellement toxique ou bien un quelconque danger. Il est intéressant de remarquer un certain paradoxe dans cette volonté de masquer l'odeur de la maladie, car en ce qui concerne les hôpitaux ou maisons de retraite, une odeur aux tonalités aseptisées est caractéristique de ce type de lieu : nous associons l'odeur à un lieu et à l'idée que nous nous faisons sur ce lieu. La perception de l'odeur serait donc avant tout influencée par l'expérience que nous en faisons.

En ce qui concerne les odeurs corporelles, un paradoxe peut s'opérer¹¹: il est démontré que des liens olfactifs sont entretenus entre le nouveau-né et sa mère, cependant nous refusons les odeurs du corps lorsqu'il devient adulte. Pour masquer ces odeurs, les désodorisants et parfums de toutes sortes vont tenter de dissimuler ces émanations du corps considérées comme néfastes, presque honteuses. L'odeur personnelle semble jouer un rôle en terme de communication non verbale, à différents stades de la vie, avec des nuances selon le sexe, l'âge ou les contextes socioculturels. La sensation agréable, neutre ou désagréable associée à une odeur est propre à chaque individu de manière innée, mais est aussi socialement construite. Des codes sont donc imposés par la vie en société, et la relation des Hommes avec le monde des odeurs a une évidente dimension collective. Nous pourrions nous demander jusqu'où les rapports aux odeurs vont nous mener, et si notre perception olfactive va s'enrichir de nouvelles palettes de senteurs. Serons nous toujours en perpétuel conflit avec les catégories d'odeurs dites nuisibles ? Que peut apporter l'artiste ou le designer dans cette remise en question des classifications d'odeurs ?

b - La place de l'odorat vis-à-vis des autres sens

Les sens de la vue et de l'ouïe sont considérés comme des sens nobles et civilisés, nécessaires à la connaissance contrairement à l'odorat et au goût qui sont parfois jugés comme moins importants. De ce fait, l'olfaction a longtemps été considérée comme le parent pauvre des sens, qui est soit synonyme de plaisir par le parfum, soit dépréciée par le dégoût des odeurs nauséabondes. Mais ce sens se voit plus difficilement attribuer une vocation

¹¹ Holley André, *Éloge de l'odorat*, Éditions Odile Jacob, 1999, p.9.

artistique. Il semblerait que notre perception du monde soit avant tout faite d'images et de sons, et que les sens du goût et de l'odorat, contrairement aux autres sens, ont « une constituante subjective qui en fait des médiums “mous”, une esthétique peu intellectualisable et difficile à théoriser¹² », en faisant donc des sens chimiques plutôt que physiques, même s'il est évident que la vue et l'ouïe aient également une part de subjectivité. Mais l'odorat a cette particularité d'être insaisissable. Lorsque que nous avons la chance d'en avoir la capacité, une image peut être vue, un son peut être entendu et il paraît simple d'analyser ce que l'on perçoit. Mais quant à l'odeur, cela se complexifie. C'est ce que nous confie le peintre et photographe français Jacques-Henri Lartigue dans ses *Mémoires sans mémoire* : « Je suis triste de ne pouvoir photographier les odeurs. J'aurais voulu, hier, photographier celles de l'armoire à épicerie de Grand-Mère¹³ ». Cette odeur évoquée, qui s'échappe, échappe aussi à la photographie, et à de nombreux domaines.

Si nous y portons notre attention, nous pouvons remarquer qu'il est difficile de définir une odeur. Le manque de vocabulaire pour désigner les odeurs a beaucoup contribué à la dévalorisation de l'odorat. Privé de vocabulaire spécifique, il en est donc réduit à puiser son langage dans d'autres registres sensoriels. En ce qui concerne les sens de l'ouïe et du toucher, André Holley évoque par exemple le terme *grondement* pour désigner une catégorie particulière de sons, ou bien *caresse* pour une forme de contact de la peau. Cependant, la désignation ou dénomination d'odeurs se réfère à la source d'où elles émanent : une odeur d'égout, d'essence, etc. Seule une éducation particulière aiderait à mieux désigner et nommer les odeurs. Selon Michael Cain¹⁴, le fait de verbaliser permet par exemple aux connaisseurs aguerris comme les parfumeurs, sommeliers ou oenologues de mieux identifier les odeurs que les personnes non entraînées à cela. Mais d'où vient alors ce désintérêt du langage porté à l'odorat ?

Cette appréciation mitigée n'est pas nouvelle. Bon nombre de philosophes et de psychanalystes ont présenté l'odorat comme un sens archaïque, animal, négligeable dans le

¹² Blanc-Mouchet Jacqueline, « À la poursuite de la dimension olfactive » dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, 2015, p. 66.

¹³ « Dessine-moi une odeur | Pour la Science. » 30 nov.. 1999, <https://www.pourlascience.fr/sd/linguistique/dessine-moi-une-odeur-1166.php>.

¹⁴ Royet Jean-Pierre, Saive Anne-Lise, Plailly Jayne et Veyrac Alexandra, « Être parfumeur, prédisposition ou entraînement ? » dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p.107.

processus d'apprentissage et contraire à la vie en société. Il est d'ailleurs compliqué de citer un ouvrage traitant de l'odorat comme sujet central. Ces courants de pensées ont donc probablement eu un impact sur la place de l'odorat vis-à-vis des autres sens, et cela explique en partie la difficulté de décrire des odeurs. Pour Aristote ou Théophraste, l'odorat renvoyait à un sens médiocre, à la nature fugace et instable, qu'il est difficile d'évoquer avec précision. Il renvoie aux instincts méprisants, à une vision de la décadence et de perversion par les parfums. Platon évoque les dérives charnelles, Kant le juge comme un sens ingrat, antisocial, qu'il vaut mieux ne pas développer parce qu'il occasionne plus de déplaisir que de plaisir. Pour Schopenhauer, c'est un sens inférieur et pour Hegel, il est incapable de donner naissance à un art¹⁵. D'après Freud, la rupture avec l'animal et l'essor de la civilisation se seraient effectués grâce au refoulement de l'odorat. Ce sens serait, d'après lui, beaucoup plus développé chez nos ancêtres et se serait atrophié lors du redressement du corps. En s'éloignant du sol, l'odorat se serait affaibli. Cet effacement de l'odorat aurait entraîné un important refoulement de la sexualité. Cela viendrait du fait que le sens de l'odorat a son importance dans le règne animal, comme par exemple en matière de chasse. Le prédateur l'utilise pour sentir ses proies, et les proies pour sentir la présence du prédateur, mais aussi pour connaître les limites d'un territoire et trouver un partenaire sexuel. Les odeurs évoqueraient donc trop le corps et notre animalité, ce qui expliquerait alors que l'éducation de l'odorat ait été négligée. La subordination de l'odorat dans notre société tiendrait donc de ce qu'elle évoque et dit de nous et de notre condition humaine. Le musée de la Chasse et de la Nature de Paris a notamment travaillé sur l'importance des odeurs dans le règne animal dans l'exposition *Sentiment de la licorne* (**FIG.1**), où se mélangent des oeuvres contemporaines et plus anciennes : des fragrances aux « accents d'épicéa, d'humus et de mousse de chêne¹⁶ » sont associées à différentes oeuvres, comme deux toiles de Pierre Paul Rubens et Jan Bruegel représentant Diane. Ce type d'initiative réalisée par le parfumeur Antoine Lie et en partenariat avec la Maison Cire Trudon, permet de mettre en relief l'importance des odeurs primitives de l'animal, qui s'imprègne de tout ce qui l'entoure, et de leurs complexités.

¹⁵ Le Guérer Annick, « Évolution de notre perception de l'odorat », *Pollution atmosphérique*, n°234, <http://lodel.irevues.inist.fr/pollution-atmospherique/index.php?id=6225>.

¹⁶ « Le sentiment de la licorne : un parcours olfactif au Musée de ... » <http://www.fragrancefoundation.fr/2017/05/le-sentiment-de-la-licorne-un-parcours-olfactif-au-musee-de-la-chasse-et-de-la-nature/>.

Nous pouvons établir un lien également entre la dépréciation de l'odorat et le manque d'hygiène. En effet, exhaler une odeur particulièrement puissante et nauséabonde suggère une propreté incertaine, et donc implique une certaine répugnance et une méfiance. Tout cela est bien sûr lié au contexte culturel, et aux valeurs de la société qui en découlent. Les odeurs animales, ou évoquant notre animalité et révélant des odeurs sexuelles, vont vite chercher à être masquées par au contraire un sensualisme avec des parfums délicats, des huiles essentielles et des eaux de senteur.



FIG. 1 - Exposition *Sentiment de la licorne*, Musée de la Chasse et de la Nature, Paris, 2017.

c - Les pouvoirs de l'olfaction

Nous avons pu voir que l'olfaction n'est pas un sens qui a été particulièrement mis en valeur et il a été largement refoulé. Cela donne la sensation que l'odorat a toujours été traité de cette façon et a longtemps été considéré comme un sens inférieur, dû à un manque apparent de vocabulaire olfactif, à la subjectivité de l'odorat et à sa quasi ignorance dans les différents domaines philosophiques, historiques ou esthétiques. Il s'agirait cependant de mettre en lumière ce sens afin de ne pas contribuer à accentuer sa position inférieure. Car

pourtant, ce sens est riche sur différents aspects, et cela va bien au-delà d'un rôle seulement d'alerte quelconque vis-à-vis de notre environnement ou bien du contrôle de la prise alimentaire. En effet, André Holley nous dit des odeurs :

Elles exercent un attrait qui semble s'enraciner dans l'imaginaire. On leur prête le pouvoir d'agir sur les gens à leur insu, de modifier leur humeur, d'influencer discrètement leurs décisions, de stimuler leurs capacités mentales¹⁷.

Ses pouvoirs d'influence seraient donc sous-estimés, et notamment dans les relations entre les humains, comme par exemple entre les sexes et la puissance des phéromones. L'odeur peut donc entrer en jeu dans les relations sociales, et notamment leur attrait. La psychanalyste Françoise Dolto voit l'importance des odeurs dans la relation amoureuse. Elle conseillait de demander aux gens qui envisagent de se marier : « est-ce que vos odeurs s'accordent¹⁸ ? ». Le duo James Auger et Jimmy Loizeau mettent en pratique cette idée de rapport entre l'olfaction et l'attractivité des êtres dans leur dispositif *Smell+* (**FIG.2**) : « les acteurs explorent de façon explicite leurs odeurs corporelles pour vérifier leur compatibilité, en espérant trouver le partenaire idéal¹⁹ ». Pour cela, les deux artistes ont d'abord identifié deux types d'odeurs : « les odeurs émanant du corps (sortie des odeurs) » et « les odeurs arrivant au corps (entrée des odeurs)²⁰ ». Grâce à un dispositif fait de poches qui encapsulent des « apocrine glands²¹ », qui correspondraient aux glandes qui sécrètent les phéromones, sans oxydation (oxydation qui serait à l'origine des mauvaises odeurs corporelles). Ici il s'agit de questionner la façon de s'attirer, la perte d'identité personnelle de l'odeur et la façon de revenir à l'odeur la plus proche du corps dans le processus de séduction et non par le biais de parfums synthétiques, destinés à sentir bon pour attirer.

Il faut savoir que la fascination du parfum a joué un rôle considérable dans nos sociétés dans les siècles passés. De l'Antiquité égyptienne au XIXème siècle, le parfum a revêtu un pouvoir thérapeutique, et était utilisé comme médicament puratif. En effet, on pouvait se servir du parfum comme un moyen pour se soigner. Par exemple, l'une des

¹⁷ Holley André, *Éloge de l'odorat*, Éditions Odile Jacob, 1999, p.173.

¹⁸ Le Guérer Annick, « Évolution de notre perception de l'odorat », *Pollution atmosphérique*, n°234, <http://odel.irevues.inist.fr/pollution-atmospherique/index.php?id=6225>.

¹⁹ Castel Mathilde, *Les dispositifs olfactifs au musée*, Nez Éditions, 2018, p.80.

²⁰ « Smell+ - Auger Loizeau. » <http://www.auger-loizeau.com/projects/smell>.

²¹ *Idem*.

premières recettes de parfum thérapeutique fut le *Kyphi*, au XV^{ème} siècle avant J-C dans l'Égypte antique, qui servait à honorer les dieux et leur bienveillance²². Cela soignait les maladies pulmonaires, hépatiques, et permettait aussi de se détendre. Le parfum avait donc une action sur les humeurs et les comportements, il rendait joyeux. Dès l'Antiquité, le parfum était une substance vitale exceptionnelle, vivifiante. Les anciens Égyptiens de l'Égypte pharaonique considéraient le parfum comme émanant du sang de leur Dieu. Il a notamment contribué à la beauté et à la séduction des corps vivants mais aussi des corps défunts, à honorer les dieux et à sanctifier leurs sanctuaires.

Le fait d'utiliser le parfum à des fins de bien-être possède donc des origines très anciennes. Cela se perpétue désormais avec l'aromathérapie, une manière d'utiliser les vertus de produits odorants, venant majoritairement des plantes comme les huiles essentielles afin de se soigner, de prévenir et de combattre certains maux. Le sentiment de bien-être ressenti n'est pas seulement dû à la simple inhalation des substances odorantes, mais bel et bien à l'association de celles-ci, qui peuvent évoquer des souvenirs, et engendrer des processus cognitifs qui ont des conséquences sur les sentiments et l'humeur. Elles peuvent donc être aussi bien sources de plaisir que de déplaisir, et impactent autant le cerveau que « la pression sanguine, le rythme cardiaque, la réponse électrodermale et la dilatation de la pupille de l'oeil ²³ ». Tous ces paramètres vont donc influencer sur le stress et le niveau d'anxiété, et ces substances vont être soit calmantes, soit stimulantes.

N'oublions pas qu'avant l'utilisation de parfum quelconque, l'Homme a besoin de respirer de l'air pur, et de se retrouver, selon André Holley, « près des cimes (...), dans la campagne, aux exhalations de l'herbe fraîchement coupée et, sur la plage, aux senteurs d'algues soulevées par la marée montante²⁴ ». Mais comment définir cette pureté ? Il s'agirait ici plutôt d'une pureté dans l'imaginaire qu'une pureté seulement physique. Penone, dans son oeuvre *Respirare l'ombra* (Respirer l'ombre) (**FIG.3**) exposée à Avignon en 2000 puis au Centre Pompidou, propose d'ailleurs un moment de reconsidération de sa propre respiration avec la disposition de feuilles de lauriers sur les murs, « maintenues dans de grandes cages rectangulaires grillagées construites selon le nombre d'or et respectant donc des proportions

²² « Kyphi — Wikipédia. » <https://fr.wikipedia.org/wiki/Kyphi>.

²³ Holley André, *Éloge de l'odorat*, Éditions Odile Jacob, 1999, p 185.

²⁴ *Ibidem*, p. 218.

idéales²⁵ » : il s'agit de prendre le temps de se recueillir dans cette salle, où se trouve également une « sculpture en bronze doré, représentant deux poumons²⁶ ». Celui qui se présente dans cette salle devient alors plus alerte de ses propres sensations et prend conscience de sa respiration : « la dissipation progressive du parfum enivrant du laurier, le dessèchement des feuilles, le changement de leur couleur, évoquent le passage du temps, le vieillissement des choses ». Dans quoi réside cette dimension enivrante ? Serait-ce par l'action de respirer profondément, de prendre le temps ? Ou bien par l'image que nous renvoie le laurier, de par sa dimension spirituelle, symbolique de l'immortalité ? Par ses prétendues vertus ? Il est indéniable de constater que certaines odeurs portent en elles une forme de symbole, comme par exemple l'encens, qui a plutôt une signification religieuse. L'odeur de l'encens renvoie à une odeur spirituelle, et cela est dû à la signification qu'on lui a attribuée et à son contexte d'utilisation. L'affect des odeurs serait en lien avec notre passé, par un lieu ou par un être.

Cela nous amène aux pouvoirs mnésiques de l'odorat et à la puissance du souvenir, qui sont intimement liés au cerveau. Edmond Roudnitska évoque le lien entre le nez et le cerveau, et le pouvoir qu'un parfumeur peut continuer à entretenir, même en ayant perdu son sens de l'odorat, en créant de nouvelles odeurs, de la même manière que Beethoven a composé la 9^{ème} symphonie, bien qu'il soit devenu sourd. Les odeurs inhalées parviennent directement au cerveau émotionnel, qui lui-même gouverne notre affect et qui réceptionne et mémorise nos émotions. Cela explique pourquoi l'odorat est le sens qui procure les émotions les plus intenses, car il possède la mémoire la plus directe. Les odeurs font office de médiation entre le présent et le passé²⁷. Le souvenir olfactif ramène à un événement particulier, une scène, des paysages, des sentiments qui sont plus ou moins précis, mais qui ressurgissent avec une force pouvant être assez surprenante. Il y a une dissonance entre l'immatérialité de la cause et la puissance émotionnelle qui en résulte, pouvant mener jusqu'à un émerveillement. L'exemple déployé par Marcel Proust (voir extrait) dans le cadre de l'épisode de la madeleine célèbre en partie la mémoire olfactive. En effet, dans « Du côté de chez Swann », le premier tome de *À la recherche du temps perdu*, Proust évoque la sensation intense ressentie lorsqu'il trempe sa madeleine dans son thé préparé par sa mère pour le

²⁵ « Le vent, l'air, le souffle dans l'histoire des arts Part.2 - e-cours» 19 mai. 2014, <http://e-cours-arts-plastiques.com/le-vent-lair-le-souffle-dans-lhistoire-des-arts-part-2/>.

²⁶ *Idem*.

²⁷ Holley André, *Éloge de l'odorat*, Éditions Odile Jacob, 1999, p.139.

réchauffer, et le pouvoir mnésique que l'odeur de la madeleine lui offre : cela lui rappelle une époque ancienne, lors de son enfance, lorsqu'il vivait à Combray, où sa tante Léonie lui faisait goûter un morceau de madeleine trempé dans une infusion. Il semblerait que l'émotion ressentie amplifie la mémorisation du souvenir, que Proust retranscrit de manière très détaillée à partir de la vision de la madeleine trempée dans son thé. Ce souvenir évoqué est conforté par le rassemblement de plusieurs éléments : la madeleine, le dimanche matin, la chambre et la tante, la sortie de messe, le bonjour et l'action de tremper dans le breuvage. De plus, le fait que l'action ait été répétée antérieurement amplifie la puissance du souvenir. Marcel Proust parle enfin de « l'odeur et la saveur » qui « restent encore longtemps, comme des âmes, à se rappeler, à attendre, à espérer, sur la ruine de tout le reste, à porter sans fléchir, sur leur gouttelette presque impalpable, l'édifice immense du souvenir²⁸ » : les souvenirs gustatifs et olfactifs persistent de manière plus intense bien que le goût et les odeurs soient impalpables. Malgré tout, nous ne pouvons pas considérer l'odorat comme étant entièrement responsable de la réminiscence de l'épisode de la madeleine, ce serait avant tout la combinaison de la vision du morceau de la madeleine trempé dans le thé et de son goût qui serait globalement à l'origine de la résurrection de ce moment d'enfance²⁹. Ceci dit, il semble que les odeurs engendrent des souvenirs par l'odorat qui sont plus inédits que ceux seulement remémorés grâce à des indices visuels. Par exemple, certaines études ont prouvé que le fait d'associer une odeur à un visuel permettait d'accroître le souvenir d'une photographie qui a été vue avec une odeur associée. Au contraire, lorsque les odeurs étaient différentes lors des deux phases de visionnage des photographies, le nombre d'erreurs de reconnaissance a augmenté³⁰.

Et tout d'un coup le souvenir m'est apparu. Ce goût c'était celui du petit morceau de madeleine que le dimanche matin, à Combray (parce que ce jour-là je ne sortais pas avant l'heure de la messe), quand j'allais lui dire bonjour dans sa chambre, ma tante Léonie m'offrait après l'avoir trempé dans son infusion de thé ou de tilleul. La vue de la petite madeleine ne m'avait rien rappelé avant que je n'y eusse goûté ; (...) peut-être parce que, de ces souvenirs abandonnés si longtemps hors de la mémoire, rien ne survivait, tout s'était désagrégé ; les formes s'étaient abolies, ou, ensommeillées, avaient perdu la force d'expansion qui leur eût permis de

²⁸ « Madeleine de Proust — Wikipédia. » https://fr.wikipedia.org/wiki/Madeleine_de_Proust.

²⁹ « Quand une odeur réveille un souvenir... - La Science », 5 mars. 2019, <http://www.lasciencesimplement.fr/odeur-reveille-souvenir/>.

³⁰ Holley André, *Éloge de l'odorat*, Éditions Odile Jacob, 1999, p 142.

rejoindre la conscience. Mais, quand d'un passé ancien rien ne subsiste, après la mort des êtres, après la destruction des choses, seules, plus frêles mais plus vivaces, plus immatérielles, plus persistantes, plus fidèles, l'odeur et la saveur restent encore longtemps, comme des âmes, à se rappeler, à attendre, à espérer, sur la ruine de tout le reste, à porter sans fléchir, sur leur gouttelette presque impalpable, l'édifice immense du souvenir.

Marcel Proust, « Du côté de chez Swann » dans *À la recherche du temps perdu*, 1913.

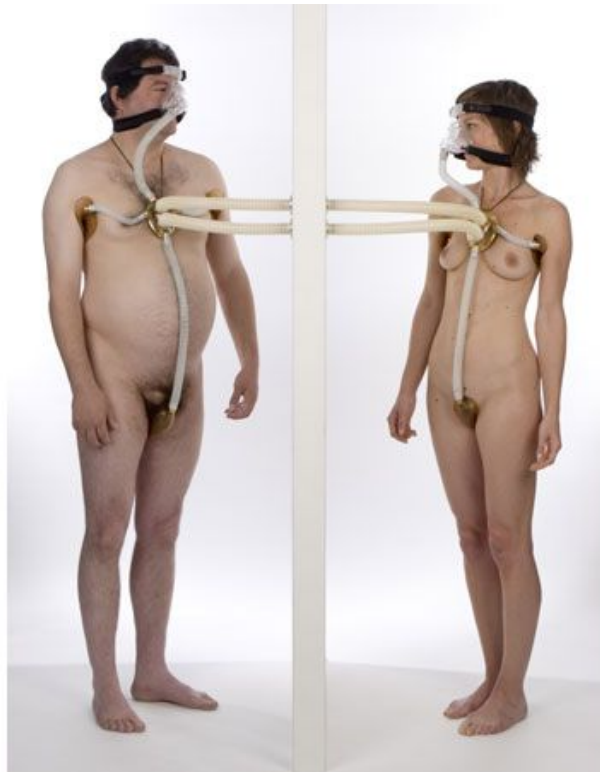


FIG.2 - *Smell+*, James Auger et Jimmy Loizeau, exposition *What if*, Science Gallery, Trinity College, Dublin, 2009.

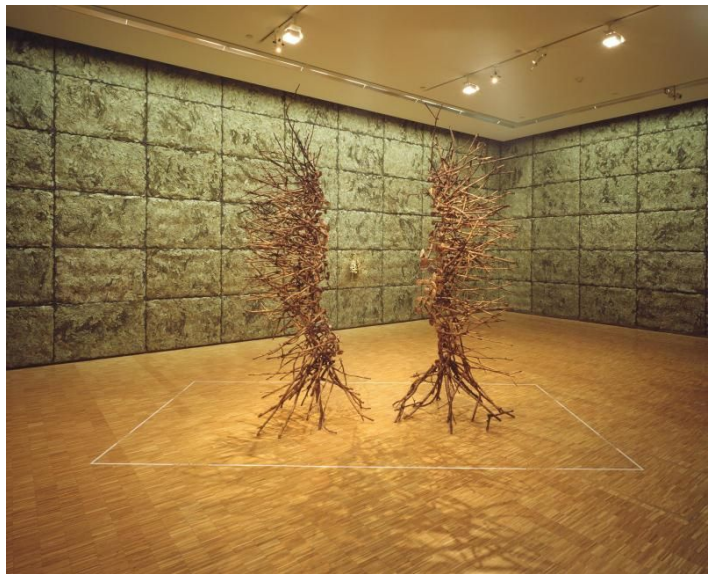


FIG.3 - *Respirare l'ombra*, Giuseppe Penone, Centre Pompidou, 2001.

PARTIE II

Dispositifs olfactifs : différents enjeux

Nous l'avons vu : les capacités olfactives de l'Homme lui permettent d'acquérir des pouvoirs mais l'odorat a aussi longtemps été un sens refoulé, mis de côté. Cependant, des artistes et des designers comptent bien remettre le sens de l'odorat au centre de leurs réalisations. Il s'agirait donc d'analyser les facteurs qui permettent de voir émerger un art olfactif, au delà de la parfumerie traditionnelle ou industrielle. Cela soulève plusieurs enjeux et permet d'explorer l'odorat dans tous ses aspects.

a - Enjeux de reconnaissance : une reconsidération d'un sens délaissé

Les Beaux-Arts reposent exclusivement sur la vue et l'ouïe, et bien que notre environnement soit chargé d'effluves complexes et sensiblement diverses, l'olfaction a du mal à se trouver une place dans le domaine de l'art jusqu'aux années 80. Annick Le Guérer précise même que l'apparition de différents écrits et oeuvres littéraires comme « *Le miasme et la jonquille* d'Alain Corbin, *Les effluves du temps jadis* de Pierro Camporesi, *Le parfum* de Patrick Suskin, *Le nez des philosophes* et *Les pouvoirs de l'odeur* d'Annick le Guérer », cela a « brisé ce silence olfactif et focalisé l'attention des scientifiques sur ce sens qui est aujourd'hui beaucoup mieux connu³¹ ». Cependant, malgré une place peu affirmée, certains artistes proposent de remettre l'odorat en évidence, en proposant d'humer l'oeuvre, en ayant le droit de mettre son nez partout sans se soucier des conventions. Les créateurs portent une réflexion sur le quotidien et le réel par cette prise directe avec nos émotions et nos souvenirs, même si l'odeur n'est pas considérée par tous comme une matière à créer de la même façon que de la peinture ou des notes.

L'une des premières étapes dans la reconnaissance artistique du parfum en tant que tel a été la séparation de la parfumerie et de la pharmacie. En prenant de la distance avec l'aspect médicinal du parfum et des différents aromates, la fonction du parfum a évolué. Il s'agit alors

³¹ Le Guérer Annick, « Évolution de notre perception de l'odorat », *Pollution atmosphérique*, n°234, <http://odel.irevues.inist.fr/pollution-atmospherique/index.php?id=6225>.

de flatter l'odorat, que l'odeur ne soit pas seulement synonyme de soin, mais qu'elle serve à plaire aux personnes en bonne santé et non seulement aux malades³².

Un des pionniers à avoir intégré la notion d'odorat dans l'art est Marcel Duchamp, avec une réelle mise en scène³³. L'odeur est assignée à la capacité d'exprimer ce qui est communément appelé chez les surréalistes l'*inframince*. Thierry Davila, conservateur au Mamco de Genève donne une définition de ce qu'est l'inframince : « est inframince ce qui est à peine perceptible, à peine repérable, ce qui représente une différence infime et singularisante³⁴ ». Il s'agirait donc de ce qui ne serait pas perceptible mais entrevu, et pose les question « du vide et de la dématérialisation dans l'art³⁵ ». En 1938, lors de l'exposition internationale du surréalisme, Marcel Duchamp recrée une grotte dans la pièce centrale de l'exposition, avec mille deux cent sacs de charbons suspendus au plafond, des tapis de feuilles mortes au sol et une mare avec ses roseaux et ses nénuphars. Une diffusion de café grillé est associée à cette installation, nommée *Ciel de roussettes* (FIG.4). Ce type d'installation polysensorielle est quelque peu innovante dans le monde de l'art. Bien qu'il n'y ait pas une mise en valeur excessive de l'odorat en particulier, il est malgré tout présent. Cependant, ce type d'installation n'a pas été repris par la suite au sein des surréalistes. Cela est certainement dû au caractère primitif et animal auquel l'action de flairer renvoie, comme nous avons pu le voir précédemment. De plus, une odeur n'est pas tangible, elle n'est donc pas aussi solide et consistante comme le peut être un objet en tant que tel.

Il serait intéressant de distinguer deux types d'art contemporain olfactif : mono-sensoriel et polysensoriel.

D'un côté, l'art olfactif mono-sensoriel s'attache plutôt au nez pur, et est donc focalisé sur l'odorat, qui se suffit à lui-même pour être appréhendé, bien qu'il ne soit pas isolé. On peut aussi associer le travail des parfumeurs indépendants, qui font du corps humain parfumé une certaine oeuvre d'art, et cela bien plus qu'en intégrant seulement un sentiment de bien-être ou de séduction.

³² Le Guérer Annick, « La reconnaissance artistique du parfum », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p. 40.

³³ Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, p.10.

³⁴ « De l'inframince, brève histoire de l'imperceptible, de ... - Cairn. »
<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-4-page-124.htm>.

³⁵ *Idem*.

D'un autre côté, l'art olfactif polysensoriel, beaucoup plus répandu, fait donc appel à plusieurs sens et explore les correspondances et les disjonctions que cela peut créer.

Par exemple, la redécouverte de l'odorat peut se faire par l'association avec un autre sens, comme l'ouïe. Le domaine musical vient appeler à la diffusion d'odeurs : « le parfum se déroule dans le temps et comme le musicien, le parfumeur cherche des “accords” et compose à partir de “notes” de tête, de coeur et de fond qui constituent la partition de sa création³⁶ ». Au XIX^{ème} siècle, le chimiste parfumeur anglais Septimus Piesse établit des correspondances entre les odeurs et les notes :

Ainsi, dans une clef de Sol, la civette répondrait au Fa, la verveine au Mi, la citronnelle au Ré, la menthe poivrée au Si, la lavande au La, le magnolia au Sol... Pour faire un “bouquet accord de Do”, il faut du santal, du géranium, de l'acacia, de la fleur d'oranger et du camphre, tandis qu'un “bouquet accord de Fa”, nécessite musc, rose, tubéreuse fève tonka, camphre et jonquille³⁷.

Le caractère artistique de l'activité du créateur de fragrances devient alors très similaire à celui du compositeur de musique. L'oeuvre *Cynic* d'Oswaldo Macia (**FIG.5**) réalisée en 2013, explore également ce rapport entre l'ouïe et l'odorat, sujet qui est notamment récurrent dans ses oeuvres. Il semblerait que malgré leur association peu commune, « l'odorat et l'ouïe partagent plusieurs similitudes : ils sont véhiculés par l'air, impliquent un ensemble binaire d'organes (narines et oreilles), et ont longtemps été associés dans le discours du parfum à travers les termes “ notes ” et “ accords ”³⁸». L'artiste cherche à révéler dans ses pièces la singularité de chaque sens en les confrontant les uns les autres. Ici, des bacs de verre, semblables à des aquariums, sont remplis de liquide sombre qui diffusent chacun une odeur différente. Les senteurs diffusées ont été créées avec l'aide du parfumeur Ricardo Moya, et ont des notes ambrées, à base de cumin, de safran et d'autres ingrédients. En parallèle, des hauts parleurs en forme de cloches disposés dans la même pièce à proximité,

³⁶ Le Guérer Annick, « La reconnaissance artistique du parfum », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p. 42.

³⁷ *Idem*.

³⁸ « Oswaldo Maciá: A Laboratory of ... - Henrique Faria Fine Art. »

<http://www.henriquefaria.com/exhibition-about?id=73>.

Traduit de l'anglais : « Yet smell and hearing share several traits: they are conveyed through air, involve a binary set of organs (nostrils and ears), and have been long associated in perfume discourse through the terms “notes” and “chords.” »

diffusent une bande sonore faite de cris d'animaux, d'accouplement ou de détresse. Cela permet de révéler chaque sens et de les confronter, notamment car même si le son et l'odeur occupent le même espace, cela crée une tension, « l'effet est plus *dysesthésique* que *synesthésique*, où les modes sensoriels conservent leurs identités singulières pour se mettre au défi les uns les autres plutôt que de se fondre en un tout unifié et sans couture³⁹ ». Oswaldo Macia ne cherche donc pas à tout fusionner mais à explorer l'effet produit dans la juxtaposition de l'odeur et du son.

Il est intéressant également de remarquer que certains parfumeurs ont eu la volonté de réaliser des parfums d'hommages à certains artistes musicaux. Mais à quoi peut ressembler un hommage olfactif ? Le parfum n'est donc plus synonyme de senteur séduisante, mais son existence réside dans l'interaction qu'il crée entre des écritures musicales et le processus de composition olfactive. Ce type d'hommage olfactif a été tenté par Dominique Ropion, grand nom de la parfumerie fine. Son oeuvre *Le parfum d'une "musique nogentaise" - Hommage à Francis Poulenc*, exposée le 25 mars 2011 à Paris, explore cette notion d'hommage olfactif. Chaque note olfactive est choisie par exemple en fonction du contexte historique de l'après-guerre. Son témoignage (voir extrait) rend compte de la complexité du processus de création mais aussi de sa précision. Les termes employés par Dominique Ropion dans son témoignage tels que « notes vertes, grinçantes, florales ozoniques⁴⁰ » et « notes vanillées, encens, cuir et patchouli⁴¹ » ne parlent pas seulement de couleur ou bien de synesthésie, cela va plus loin et cette association d'odeurs devient plutôt un concept en tant que tel, fait de plusieurs contrastes odorants. L'idée qui en ressort est la volonté qu'écouter les oeuvres de Darius Milhaud et de Francis Poulenc en humant l'oeuvre de Dominique Ropion, cela puisse permettre de revivre une époque et de redécouvrir en quelque sorte l'intimité d'une génération d'artistes des années 20.

La composition de parfums et celle de la musique partagent de nombreux points communs. La terminologie des deux arts elle-même fait des deux côtés référence aux notes, accords,

³⁹ « Oswaldo Maciá: A Laboratory of ... - Henrique Faria Fine Art. »

<http://www.henriquefaria.com/exhibition-about?id=73>.

Traduit de l'anglais : « The effect is more *dysaesthetic* than *synaesthetic*, where the sensory modes maintain their singular identities to challenge one another rather than meld into a unified, seamless whole. »

⁴⁰ Sarkissan Marie-Anouch, « Le concept d'interface parfum-musique », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p.160.

⁴¹ *Idem*.

harmonies, etc. La musique de Francis Poulenc et la polytonalité de Darius Milhaud sont une source d'inspiration passionnante pour un parfumeur. J'ai eu envie de transcrire en parfum la notion de dissonance, employée de façon généralement négative dans le monde des odeurs. On parlera plutôt de contrastes. Je suis parti de l'idée de deux systèmes qui cohabitent, (...) : la transparence et l'aspect cristallin de la musique de Poulenc ; et des éléments de rupture qui viennent troubler cette harmonie cristalline, incluant une certaine sensualité. J'ai ainsi associé des notes vertes, grinçantes, florales, ozoniques (...) à des éléments très capiteux comme la tubéreuse, et sensuels (des notes vanillées, encens, cuir et patchouli) dissonant avec l'effet vert. Cette polytonalité olfactive est, comme la musique de Francis Poulenc, une création néo-classique : j'ai utilisé des ingrédients très contemporains (...) à une structure classique.

Témoignage de Dominique Ropion lors de la présentation de son oeuvre *Le parfum d'une "musique nogentaise" - Hommage à Francis Poulenc*, exposée le 25 mars 2011 à Paris, lors de la *Semaine Internationale Francis Poulenc*

La redécouverte de l'odorat peut se faire également en association de l'odeur et de la peinture. C'est ce qu'a proposé la parfumeuse italienne Laura Tonato⁴². Pour satisfaire un couple de collectionneurs romains, elle a dû répondre à une demande inhabituelle. Son défi était de créer une évocation olfactive d'un tableau de leur collection, *l'Aurore*, d'Artemisia Gentileschi (**FIG.6**), représentant une femme appuyée à un arbre. Les propriétaires souhaitaient, en rentrant chez eux, sentir son parfum sans le voir. Laura Tonatto s'est inspirée de son voile, à la couleur de pétale d'iris, de son manteau ambre et or, et du chêne auprès duquel elle se tient, pour composer sa fragrance.

En associant donc l'odorat avec d'autres sens, cela lui permet de retrouver une certaine place, place qui peut encore être discutée, et cela pose donc la question de savoir s'il s'agit de la naissance d'un art olfactif en tant que tel.

On peut établir également une remise en question des frontières entre art et technique avec le design odorant de Gaetano Pesce, architecte et designer italien. Dans son exposition *Nobody's perfect* (**FIG.7**) au musée des Arts décoratifs à Paris en 2002-2003, il « remet en

⁴² Le Guérer Annick, « Évolution de notre perception de l'odorat », *Pollution atmosphérique*, n°234, <http://odel.irevues.inist.fr/pollution-atmospherique/index.php?id=6225>.

question la distinction entre l'artiste et l'artisan⁴³ ». Un parfum singulier à chaque meuble, résultant de plusieurs facteurs comme la différence d'arômes due aux variations des saisons, permet une certaine abolition de la frontière entre la création et la reproduction en série. L'odeur permet donc une certaine revalorisation du sens de l'odorat car elle est synonyme de valorisation de l'objet qui devient unique.

Certains lieux permettent de perpétuer une certaine culture du parfum, et cela intègre considérablement le parfum dans le monde culturel, que ce soit avec le Musée de la parfumerie française ou l'Osmothèque de Versailles en 1990 qui recense et rassemble toutes les créations existantes afin de garder une trace de tout ce qui a existé et été créé⁴⁴. Cette mise à disposition d'archives odorantes participe vivement à la mise en valeur de l'olfaction et à sa reconnaissance culturelle. Par la même occasion, la disposition de parfums dans le cadre d'exposition ou de créations poly-artistiques permet aux créateurs de senteurs d'obtenir un droit d'auteur⁴⁵. Les musées de Grasse, qui regroupent le Musée International de la Parfumerie (MIP), les Jardins du Musée International de la Parfumerie (JMIP), le Musée d'Art et d'Histoire de Provence (MAHP) et la Villa Jean-Honoré Fragonard (Villa), ont également travaillé sur une médiation faisant appel au sensoriel, et notamment à l'olfaction. Selon Christine Saillard⁴⁶, actuellement responsable du service des publics des musées de Grasse, l'olfactif est un outil intéressant en terme de médiation car il permet d'établir une rencontre particulière avec l'œuvre, mais aussi avec les personnes entre elles et de tisser des liens notamment en réfléchissant et en s'interrogeant ensemble sur l'expérience. Cette approche olfactive pour des collections Beaux-arts est également utilisée dans les prisons ou en psychiatrie, où il a été démontré qu'en reconnaissant une odeur, ces sujets qui ont une perte de repères et d'identité et qui ont eu des conditions de vie favorisant un désintéressement du monde extérieur et une dépersonnalisation, vont activer une réminiscence bénéfique grâce à cette réactualisation de traces mnésiques engendrée par la diffusion de l'odeur⁴⁷.

⁴³ Jaquet Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Éditions PUF, 2010, p. 298.

⁴⁴ Le Guérer Annick, « Osmothèque, Si le parfum m'était conté », Éditions Garde Temps, 2009.

⁴⁵ Dufour Bernard, « Des expositions comme oeuvres de l'esprit », *Revue Internationale du Droit d'Auteur*, 1999, n°180, p. 2-85.

⁴⁶ « Sentir pour ressentir, la médiation olfactive au service des », 21 août. 2017, <https://cehistoire.hypotheses.org/1060>.

⁴⁷ « Groupe thérapeutique à médiation sensorielle olfactive ... - Cairn. » <https://www.cairn.info/revue-psychotherapies-2012-2-page-137.htm>.

La question de la reconsidération de l'odorat s'effectue également au théâtre. En effet, malgré la complexité de la mise en place, certaines partitions olfactives sont créées pour la représentation scénique. C'est notamment ce genre de mission qui est confié à Renaud Arrighi, qui évoque ici la manière d'intégrer les odeurs au sein d'une scénographie :

Nous savons que le geste olfactif en spectacle implique un véritable travail de régie, spécialement dédié, censé s'intégrer à la dramaturgie de la façon la plus naturelle - c'est-à-dire le plus généralement sans interférer avec le visuel ou le sonore - cela pour ne pas provoquer de « rechercher de l'effet » par le spectateur. Il s'agit du syndrome de recherche de l'odeur par le public, dès qu'il sait qu'une partition olfactive est diffusée - il se met en quelque sorte en hyperventilation (...) ⁴⁸.

Pour justement intégrer les odeurs le plus naturellement possible, elles peuvent être diffusées par le biais d'un acteur, mais la diffusion peut aussi bien être cachée. En dépit des complications techniques que revêt l'olfaction au théâtre, la diffusion d'odeurs questionne la représentation théâtrale en elle-même. En effet, en incorporant l'odorat, cela bouscule les conventions. C'est notamment ce qu'évoque Violaine De Carné: « l'odeur ne représente pas, elle est. Elle saisit le spectateur dans la puissance d'un ici et maintenant ⁴⁹ ». Les diffusions d'odeurs peuvent être si puissantes qu'elles peuvent même gêner. Cependant, il est indéniable qu'elles permettent de donner une nouvelle dimension au théâtre, et provoquer de nouvelles émotions, participant vivement à la reconsidération de l'odorat.

⁴⁸ Paquet Dominique, « L'acteur olfactif », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, 2015, p. 239.

⁴⁹ De Carné Violaine, « Théâtre olfactif », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, 2015, p. 269.



FIG.4 - *Ciel de roussettes*, Marcel Duchamp
1200 sacs de charbon suspendus au plafond au-dessus d'un poêle,
Exposition internationale du Surréalisme, Paris, Janvier-Février 1938.

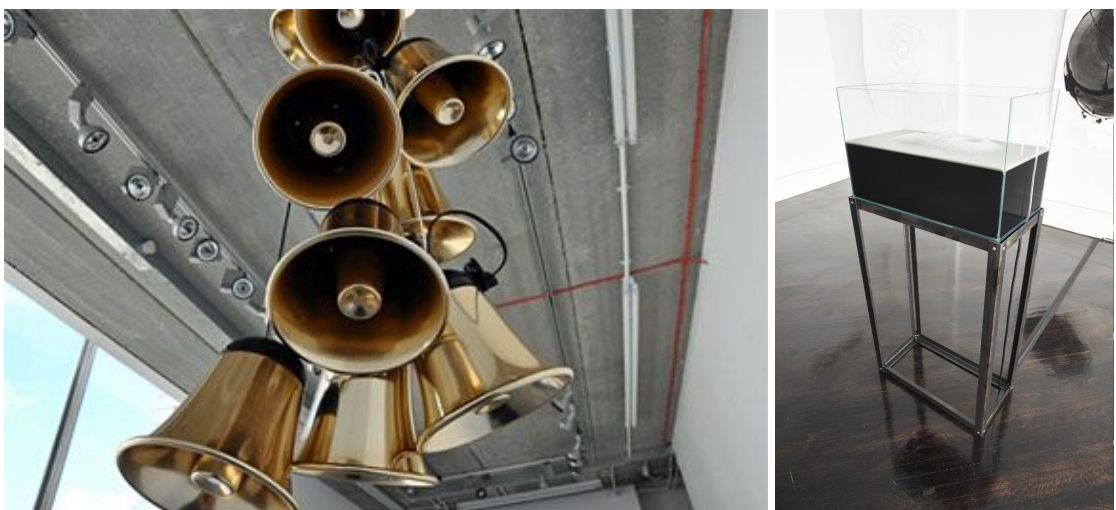
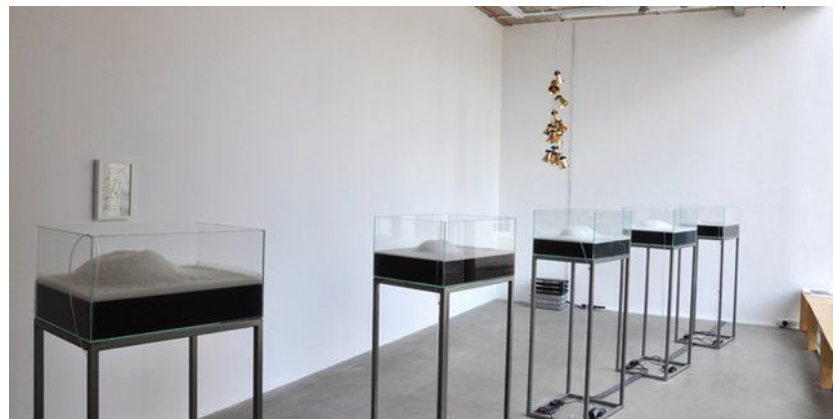


FIG.5 - *Cynic*, Oswaldo Macia, Installation à Chelsea Space, Londres, 2013.



FIG.6. - Aurore, Artemisia Gentileschi, Collection privée à Rome, Italie,
128 cm x 146 cm, 1627
Oeuvre qui a inspiré Laura Tonatto pour la réalisation du parfum.



FIG.7 - *Nobody's perfect*, Gaetano Pesce, Musée des Arts décoratifs, Paris, 2002-2003.

b - Enjeux mnésiques : empreintes indélébiles

Les odeurs sont les gardiennes fidèles de la mémoire et d'une identité qui demeure à travers le changement. Considéré sous l'aspect du nez, un homme est la somme de ses odeurs. Odeur de soi et odeurs du monde se mêlent pour définir son essence et le constituer comme sujet singulier.

Chantal Jaquet, *Philosophie de l'odorat*, Éditions PUF, 2010.

À travers cette citation de Chantal Jaquet dans son ouvrage *Philosophie de l'odorat*, nous pouvons voir en l'olfaction une manière puissante de faire appel à la mémoire et son aspect indélébile et prégnant : chaque odeur fait partie de nous. La présence olfactive est en prise directe avec nos émotions et nos souvenirs, les odeurs permettent de nous rappeler d'un moment, d'un objet ou encore d'une personne, et seraient plus évocatrices de souvenir que d'autres systèmes sensoriels tel que la vue l'ouïe ou encore le toucher.

C'est cette dimension prégnante de l'olfaction qu'Ernesto Neto, artiste contemporain brésilien connu pour ses imposantes installations et sculptures dans lesquelles se mêlent de nombreux éléments, a choisi d'explorer. L'artiste invite le spectateur à des expériences sensorielles complètes et questionne ce rapport au souvenir et à l'appréciation singulière d'une odeur. Son installation visuelle et olfactive *We stopped just here at the time* (**FIG.8**) est une œuvre sculpturale de grandes dimensions, composée d'une structure accrochée au plafond, en tissu souple et transparent. De cette structure, nous pouvons voir comme des grappes tombant vers le sol, où est regroupée une grande quantité d'épices : des clous de girofle, du cumin, du poivre ainsi que du curcuma. Face à cette sculpture multisensorielle, le spectateur est invité à se déplacer et à évoluer entre les parties suspendues. Ces parties voluptueuses aux couleurs vives ainsi que les odeurs propagées le convient à voir et sentir, ce qui est peu habituel lors d'expositions d'art. Immergé dans l'œuvre, le visiteur est physiquement sollicité et se retrouve en espace intime, dans un environnement raviveur de sens. Avant d'identifier une odeur, notre cerveau l'associe d'abord à un souvenir, une émotion ou une personne. Face à cette œuvre olfactive, chaque spectateur aura probablement un ressenti personnel différent en fonction du souvenir réveillé en lui. Certes, l'expérience sensorielle est donc unique et subjective, mais l'installation proposée convie à s'imprégner de l'œuvre et de ses odeurs, odeurs marquantes qui laisseront un souvenir intact aux visiteurs de leur parcours.

L'idée d'empreinte de ce qui n'est plus est également présente dans l'œuvre *Resurrecting the sublime* (**FIG.9**) proposée par l'artiste Alexandra Daisy Ginsberg, présentée lors de l'exposition *La Fabrique du vivant* au Centre Pompidou à Paris en 2019 et également lors de la biennale Internationale de Design à Saint Etienne. Le visiteur est invité à sentir les effluves de deux fleurs éteintes, perdues à cause de l'activité coloniale : l'*Hibiscadelphus wilderianus*, fleur qui se trouvait dans les anciens champs de lave du mont Haleakala, sur l'île

de Maui à Hawaï, avant que son habitat forestier soit détruit par l'élevage de bovins, et l'*Orbexilum stipulatum*, fleur qui poussait sur l'île de Rock Island, dans la rivière Ohio aux États-Unis, qui n'a pas été vue depuis 1881. Deux blocs transparents, entourés de vitrines, sont disposés dans l'installation immersive, où l'odeur de chaque fleur est encapsulée et diffusée. Le fait d'humer ces émanations emporte le visiteur dans un état de considération totale de son environnement : de manière poétique, l'odeur est un témoignage de ce qui a disparu. Bien plus qu'une reconstitution visuelle et de par son caractère volatile, elle devient un témoignage éternel.

Une autre installation peut attirer notre attention sur cette dimension d'expérience prégnante et indélébile de l'odeur : *La Chasse* (**FIG.10**) de Julie C. Fortier. Ce projet, fait d'une accumulation de milliers de touches à parfums collées au mur, recrée un paysage abstrait, fait de pleins et de vides. Les recherches entreprises par Julie C. Fortier traitent de la déperdition et d'espaces lacunaires. Parallèlement, elle établit des recherches expérimentales avec les odeurs et les arômes qui prennent la forme de parfums, d'installations et de dessins ou encore de performances culinaires et olfactives. La puissance mnésique et affective des odeurs modifie les manières de mettre en jeu la mémoire dans les représentations qu'elle compose. Le visiteur est invité à sentir l'oeuvre *La Chasse*, même s'il doit ici plutôt s'approcher de l'installation pour profiter de ce qui en émane. Trois zones très denses à hauteur de nez sont aménagées pour recevoir trois odeurs différentes, dont la reconstitution d'une odeur de prairie, d'une odeur qui rappelle le pelage chaud d'un animal et la reconstitution de l'odeur du sang. Cette vitrine odorante nous plonge dans une forme d'exploration d'un paysage abstrait, prenant vie par le déplacement du visiteur qui, pour découvrir chaque nouvelle fragrance, doit se déplacer. Cela est dû notamment à la taille de l'oeuvre plutôt conséquente (500 x 600 cm). Les propriétés évanescences et invisibles des odeurs dans *La Chasse* sont une manière pour l'artiste de parler de la perte et de l'effacement. Le paradoxe se crée entre cette absence qui devient présence. La chasse se ressent d'une manière différente, par l'aspect insaisissable de l'instant. L'odeur du sang dans *La Chasse* peut également amener une dimension plus tragique qu'une simple vision du sang ou d'une scène de chasse. Cela dépendra probablement de la sensibilité de chaque individu, et de notre propre rapport aux odeurs et aux thèmes évoqués. Mais quels facteurs pourraient donc influencer

sur cette capacité de l'oeuvre à nous marquer ? Serait-ce l'aspect impalpable de l'odeur qui se diffuse ? Ou la manière dont les différents sens (la vue et l'odorat) sont mis en relation ?

Toujours dans cette démarche de questionner les enjeux mnésiques de l'odeur, nous pouvons évoquer deux projets en lien avec l'odeur de la guerre. Le premier s'agit d'un travail réalisé par Sissel Tolaas, qui est à la fois chercheur et artiste. Son travail consiste à reconstituer et encapsuler les odeurs les plus variées. Elle tient à éduquer la perception olfactive, à apprivoiser les odeurs, en se détachant d'une vision émotionnelle pour les percevoir de manière intellectuelle. Sa volonté est d'assimiler des odeurs de la réalité pour tenter de les décontextualiser, en faisant réagir les gens afin qu'ils puissent être conscient de leur capacité olfactive⁵⁰. L'une de ses missions a été de recréer l'odeur de la première guerre mondiale pour le musée d'Histoire militaire de l'armée allemande à Dresde. La difficulté résidait dans le fait qu'elle ne pouvait pas s'appuyer sur des témoignages de survivants pour recréer cette odeur, il a fallu donc qu'elle se documente sur des livres d'histoire et des récits. Une fois l'odeur réalisée, elle fut disposée dans une pièce du musée. Les visiteurs étaient libres d'actionner un bouton diffusant l'odeur, particulièrement prégnante et prenant aux tripes, pouvant même provoquer des vomissements et des hauts le coeur. C'est comme si finalement, l'odeur était plus puissante et brutale que n'importe quel mot ou visuel. Suite à cette exposition, Sissel Tolaas conclut :

Les réactions face à cette odeur de guerre m'ont conforté dans mes intuitions. (...) Dans cette pièce de musée, une seule respiration suffisait à transmettre un message, dépassant la culture et la connaissance, réveillant la mémoire universelle et animale de l'homme⁵¹.

Un autre dispositif olfacto-visuel (**FIG.11**), réalisé par Alexia Roux à l'occasion du centenaire de la première guerre mondiale, questionne cette odeur de la guerre et sa dimension mnésique. Alexia Roux a donc imaginé une installation pour une exposition sur le quotidien des tranchées, questionnant l'odeur, la trace, et l'empreinte⁵². Elle part du constat que pendant la Première Guerre Mondiale, l'odeur a été utilisée comme objet politique et était

⁵⁰ Vayssières Zoé & De Marnhac Anne, *L'odorat dans tous ses états*, Éditions Archibooks, 2015, p.226.

⁵¹ *Ibidem*, p.227.

⁵² « Le quotidien des tranchées - ALEXIA ROUX »
<https://alexiaroux.fr/portfolio/le-quotidien-des-tranchees/>.

aussi le symbole de l'occupant. La diffusion de gazs asphyxiants était synonyme de mort : respirer devenait mortel. De plus, les soldats dans la tranchée ont vécu l'odeur de la peur, de l'humidité, et du sang. Cette odeur faisait partie de leur quotidien, alors que pour la plupart d'entre nous, c'est une odeur que nous ne connaissons pas. Le dispositif qu'Alexia Roux a mis en place a pour principe, d'après elle « un actif d'imprégnation visuelle et olfactive d'un support dans le but de révéler son contenu⁵³ ». Dans un récipient en verre transparent, se trouve une solution constituée d'encre et d'odeur. La transparence permet de révéler l'odeur et le visuel. Le mélange imprègne alors un buvard, qui devient peu à peu lisible (y est inscrit « Centenaire de la première guerre mondiale, 14-18, Le quotidien des tranchées ») pour ensuite se diffuser dans le lieu pour enfin atteindre le spectateur. L'odeur a pour vocation de surprendre, d'interpeller tout en informant et en créant une immersion dans une histoire. Ces effluves parlent d'une réalité, permet à la guerre de ne pas devenir vague mais bien présente et réelle dans l'esprit du visiteur, et ainsi de conserver la mémoire collective.



FIG.8 - *We stopped just here at the time*, Ernesto Neto
Installation au Centre Pompidou, 2002.

⁵³ « Le quotidien des tranchées - ALEXIA ROUX. »
<https://alexiaroux.fr/portfolio/le-quotidien-des-tranchees/>.

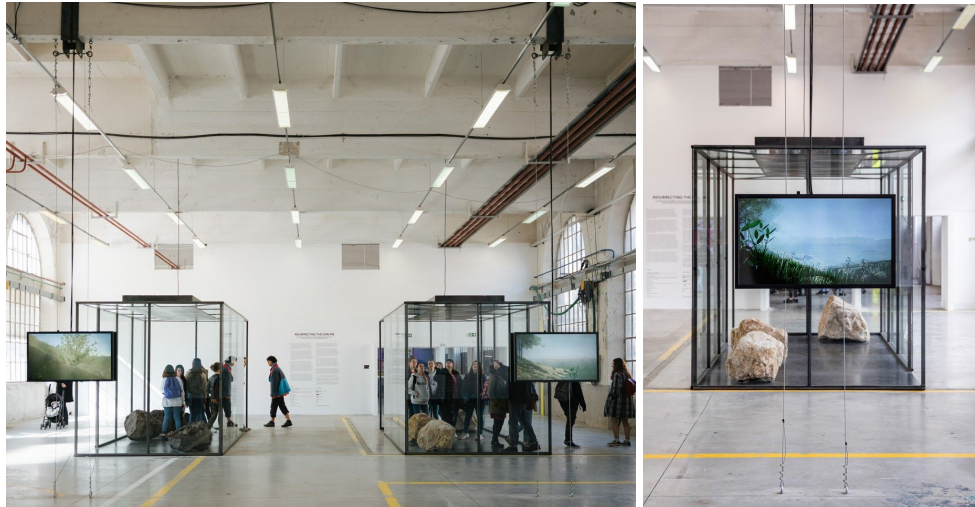


FIG.9 - *Resurrecting the Sublime*, Alexandra Daisy Ginsberg
 Installation à la Biennale Internationale de Design de Saint-Etienne, mars 2019.

À gauche: *Hibiscadelphus wilderianus*, vitrine avec diffusion d'odeurs, blocs de lave, animation
 À droite: *Orbexilum stipulatum*, vitrine avec diffusion d'odeurs, blocs calcaires, animation

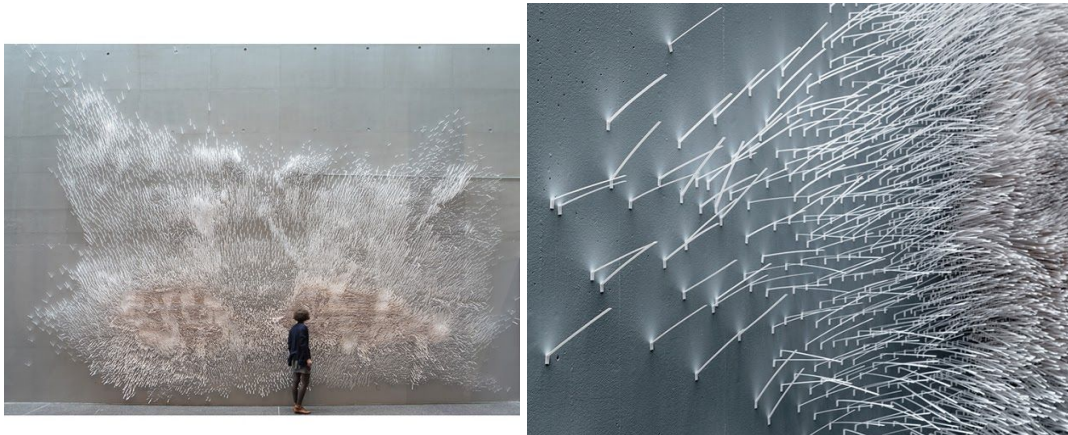


FIG.10 - *La chasse*, de Julie C. Fortier,
 Installation olfactive in situ, 80 000 touches à parfum, 3 parfums 500 x 600 cm.
 Vue de l'exposition Vertiges au Micro-ondes Centre d'art, Vélizy-Villacoublay, 2014.



FIG.11 - *Le quotidien des tranchées*, Alexia Roux, 2015.

c - Enjeux culturels

Le contexte culturel va largement influencer sur la manière de considérer l’olfaction au sein des dispositifs olfactifs. Nous pourrions voir à travers quelques exemples que ce n’est pas l’aptitude du nez qui est en jeu, mais plutôt la manière de le considérer, de le cultiver.

Au Japon, le *Kô-dô* (**FIG.12**), cérémonie extrêmement codifiée faisant partie des trois arts traditionnels japonais raffinés, met en lumière les pouvoirs de l’olfaction. Le principe consiste à « écouter » les fragrances exhalées par de fines lamelles de bois aromatiques brûlées. Chaque personne sent tour à tour de l’encens, et dit ce que l’odeur lui évoque, pour par la suite deviner quel bois est utilisé. L’une des variations de ce jeu consiste par exemple à faire sentir cinq préparations : il faut deviner si elles contiennent ou non le même mélange d’encens. Chantal Jaquet nous parle de cette pratique et de son contexte dans *Philosophie de l’odorat* : « l’idée que la création de parfums ne pourrait figurer au rang des Beaux-arts repose donc en réalité sur une forme d’ethnocentrisme qui témoigne de la pauvreté de l’imaginaire occidental en ce domaine⁵⁴ ». La culture japonaise serait donc plus apte à une exploration de ce sens. D’ailleurs, une nouvelle scène artistique au Japon s’inscrit dans cette tradition de l’art du parfum et du Kô-dô. Maki Ueda, artiste des arts médiatiques, en fait partie et « explore les possibilités offertes par les odeurs en tant que médium⁵⁵ ». Elle tient à transmettre la culture du Kô-dô aux Pays-Bas notamment lors d’ateliers où elle apporte une innovation dans la pratique pour en faire une sorte de jeu. Ces ateliers « en lien avec le Kô-dô

⁵⁴ Jaquet Chantal, *Philosophie de l’odorat*, Éditions PUF, 2010, p. 291.

⁵⁵ Ishii-Fôret Akiko, « La voie de l’art olfactif chez Maki Ueda », dans Jaquet Chantal *L’Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p. 213.

sont donc “inspirés par le Kôdô mais ne sont pas du Kôdô à proprement dit”⁵⁶». Dans l’exposition *Invisible White* (**FIG.13**) présentée à Tokyo, elle donne à voir un espace obscur, où sont diffusées trois odeurs dans trois endroits différents. Cette disposition permet de créer une spatialisation des odeurs : les visiteurs se doivent de se déplacer afin de repérer chaque odeur. Toujours sur le même principe, cette fois-ci dans son installation *Olfactoscope* (**FIG.14**) à Rotterdam, ce sont quinze composantes distinctes de Chanel n°5 qui sont éparpillées : ce n’est qu’au milieu de la salle que le parfum dans sa globalité se déploie. Maki Ueda se déplaît à devoir expliquer ses oeuvres, l’idée de mettre des mots va à l’encontre de sa conception de l’art, son objectif étant de « transmettre des messages sans utiliser de mots⁵⁷ ». Que ce soit donc par le biais de sa tradition culturelle ou bien l’art contemporain, le Japon montre la voie d’une esthétique olfactive, où les rituels ancestraux ont eu un impact évident sur l’émergence de nouveaux artistes japonais traitant de l’olfaction, contrairement aux pays occidentaux, où, nous le verrons plus tard, le traitement des odeurs est plus complexe⁵⁸.

Les cartes olfactives de Kate McLean (**FIG.15**) questionnent également le rapport entre les odeurs et leurs contextes culturels : son travail cartographique particulier se base sur les odeurs des villes. Selon elle, « il y a tant d’odeurs si variées dans les différentes villes du monde : elles permettent de reconnaître un endroit donné à un moment donné⁵⁹ ». Pour réaliser ces cartes olfactives, elle organise des promenades sensorielles avec des habitants locaux de chaque ville, et cela permet une reconsidération de leur environnement en analysant les odeurs urbaines. Chaque odeur retrace donc une ambiance, un environnement. La complexité du processus réside dans les multiples descriptions récoltées pour une même odeur. Elle nous dit notamment :

Physiologiquement et génétiquement, il est très peu probable que nous soyons capables de ressentir les odeurs de la même manière que les autres personnes. Nous avons tous des prédispositions et une constitution génétique différentes. Mon travail ne consiste pas à réduire

⁵⁶ Ishii-Fôret Akiko, « La voie de l’art olfactif chez Maki Ueda », dans Jaquet Chantal *L’Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p. 216.

⁵⁷ *Ibidem*, p. 215.

⁵⁸ Vayssières Zoé & De Marnhac Anne, *L’odorat dans tous ses états*, Éditions Archibooks, 2015, p.235.

⁵⁹ « Kate McLean, archiviste olfactive - Lush France »
<https://fr.lush.com/article/kate-mclean-archiviste-olfactive>.

les données à l'odeur d'une molécule donnée. Il se concentre sur l'expérience humaine d'un paysage olfactif, tel que le perçoivent les êtres humains eux-mêmes⁶⁰.

Ce travail d'archives met donc en relief les odeurs relatives à chaque ville, mais qui sont bien évidemment impactées par les descriptions subjectives qui en sont faites. Ainsi, en créant ces cartes olfactives, Kate McLean, questionne le rapport des odeurs et leurs lieux de collecte : leurs caractéristiques, leurs intensités, leurs subjectivités selon les différentes cultures.

L'odeur n'est pas seulement synonyme d'une expérience spirituelle ou particulièrement plaisante et parle aussi des limites culturelles. Au contraire, certains artistes visent à parler de l'odeur dans ses aspects les plus dérangeants et déroutants. L'odeur n'est donc pas toujours affaire d'agrément et n'a pas nécessairement pour but d'illustrer ou d'évoquer quelque paysage ou sensation que ce soit.

C'est notamment le cas de Sissel Tolaas. En 2005, dans son installation *The FEAR of smell - the smell of FEAR* (**FIG.16**), elle dispose sur les murs blancs de la biennale de Tirana une reconstitution des odeurs de sueur d'une vingtaine d'hommes atteints de phobies à l'idée de toucher les autres. L'activation de l'odeur est déclenchée en effleurant d'un geste le mur blanc, et donc les capsules contenant les odeurs. La manière d'effleurer le mur impacte également la puissance des effluves : c'est comme si le mur devenait en quelque sorte la peau de la personne. En ce qui concerne la conception du processus, elle a utilisé un système de captation d'odeurs sous les aisselles de personnes lors de crises d'angoisse, avec une sorte d'aspirateur à odeurs, qui est d'ailleurs un outil aussi utilisé par les parfumeurs pour collecter les senteurs de fleurs rares. Les odeurs récoltées sont ensuite injectées dans la peinture qui va recouvrir les murs de l'exposition (**FIG. 17**). En exposant des odeurs à l'aspect repoussant, Sissel Tolaas souhaite remettre au centre de l'attention la valeur anthropologique des odeurs, qui permettent à chacun de se définir et d'interagir avec les autres. Il est intéressant de remarquer que l'exposition n'a pas suscité les mêmes réactions en fonction des pays où elle a eu lieu. Par exemple, cela a provoqué de la répugnance chez les Américains tandis que chez les Chinois, Coréens et Japonais, il s'agissait plutôt de curiosité

⁶⁰ « Kate McLean, archiviste olfactive - Lush France »
<https://fr.lush.com/article/kate-mclean-archiviste-olfactive>.

et de surprise. Cela en dit long sur le contexte culturel, sur la manière d'envisager les odeurs selon les différents pays. En Amérique, l'odeur nauséabonde est taboue, et se doit d'être masquée⁶¹.

Boris Raux questionne aussi les odeurs de notre quotidien et de notre société de consommation, remplie d'odeurs chimiques qui, sans que nous en rendions véritablement compte, nous submergent⁶². Les odeurs artificielles sont caractéristiques de notre société industrielle. Dans son installation *Épithéliums* (**FIG.18**), Boris Raux expose ces odeurs qui peuplent notre quotidien. Il questionne le décalage qu'il peut y avoir entre l'odeur annoncée et l'odeur véritable des produits d'hygiène. Il a pour cela, collecté des gels douches et shampoing dans les rayons de supermarchés français⁶³. Ces odeurs illustrent bien le règne des odeurs synthétiques dans notre société et en les exposant, cela questionne la perception que nous pouvons en avoir, ce qu'elles nous évoquent, et finalement sont remplies de connotations symboliques et révèlent le degré d'artifice qui est présent dans notre société de consommation. Cependant, il n'expose pas ces objets simplement pour les dénigrer, mais pour justement voir en eux une matière à réfléchir afin de questionner ce qu'ils disent sur notre quotidien et notre culture.

⁶¹ Vayssières Zoé & De Marnhac Anne, *L'odorat dans tous ses états*, Éditions Archibooks, 2015, p.226.

⁶² Une approche olfactive - Boris Raux, <http://www.borisraux.com/index.php?/critiques/une-approche-olfactive/>.

⁶³ Raux Boris, « Mes chroniques olfactives », dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p. 207.



FIG.12 - Vue de la mise en scène du *Kô-dô* : association de la spiritualité et de l'odorat.



FIG.13 - *Invisible White*, Maki Ueda, Tokyo, 2013.



FIG.14 - *Olfactoscope*, Maki Ueda, Rotterdam, 2012.

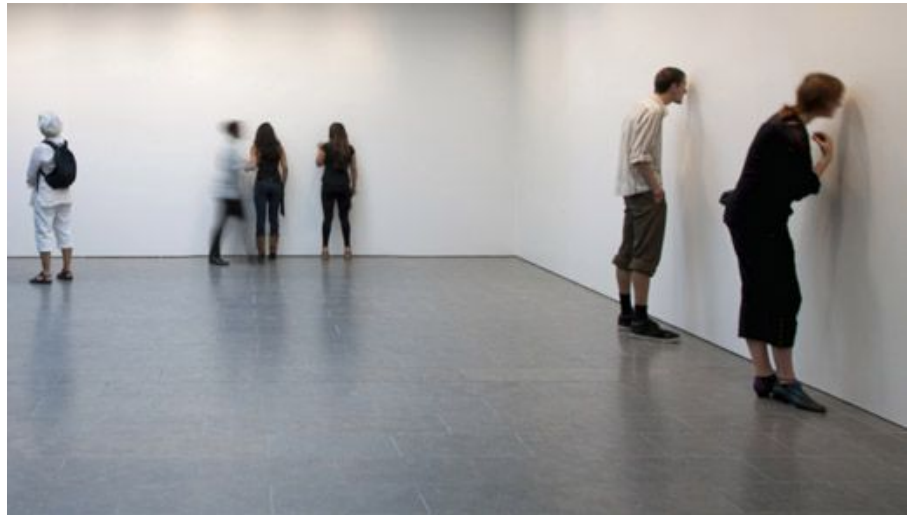


FIG.15 - *The FEAR of smell - the smell of FEAR*, Sissel Tolaas, Installation à la biennale de Tirana, 2005.



FIG.16 - Travail en cours, *The FEAR of smell - the smell of FEAR*, Sissel Tolaas, Phéromones de sueur humaine synthétisées micro-encapsulées et incrustées dans de la peinture blanche sur les murs de la galerie par l'artiste

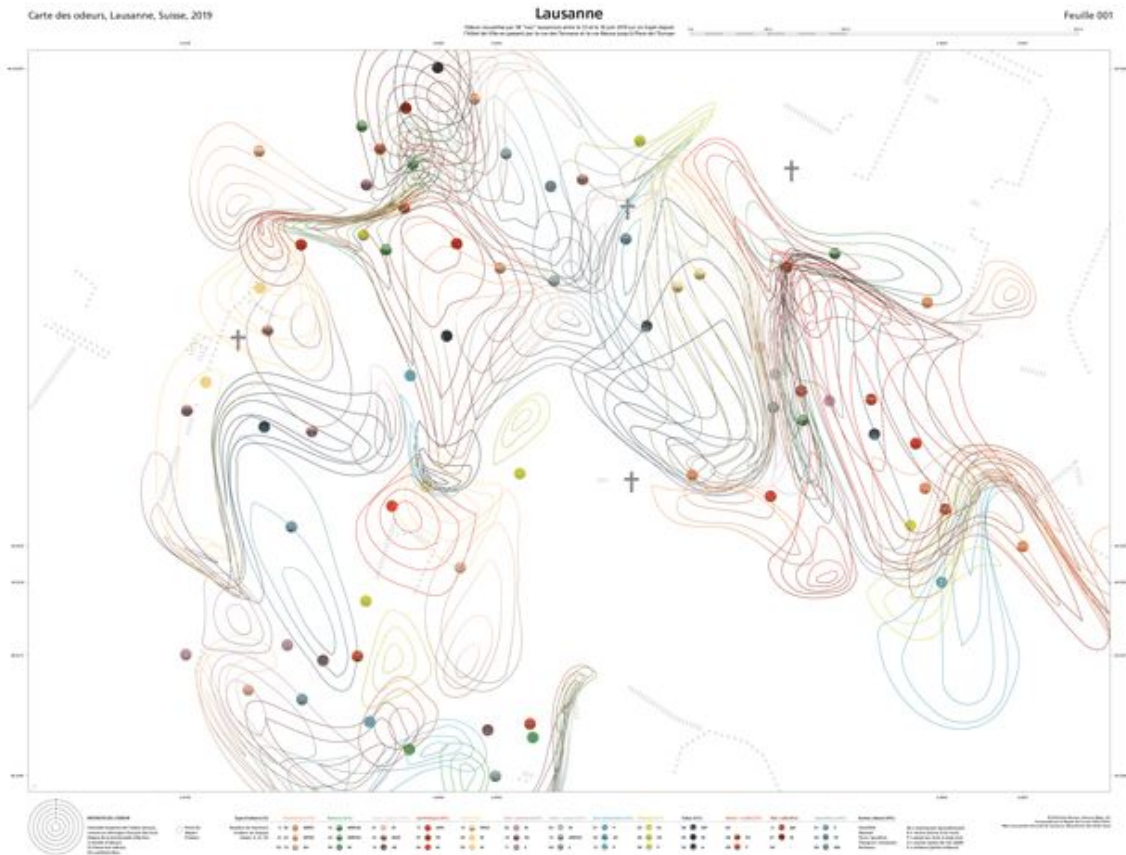
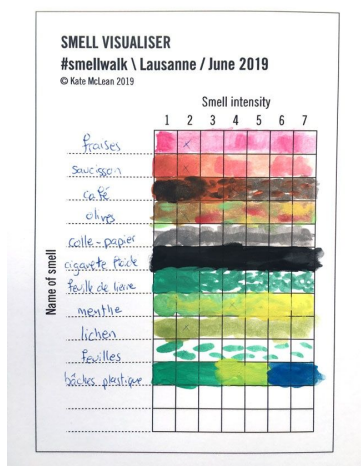
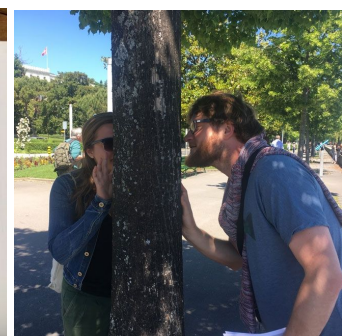


FIG.17 - Carte olfactive de Lausanne, Kate McLean, 2019



SMELLWALK LAUSANNE 06.2019

Localisation (adresse ou pointeur sur la carte)	Le nom de l'odeur	L'intensité (sur 7)	La durée (en min)	Date et l'heure	Occasion / lieu de l'observation	Des commentaires et réflexions
1. ZEPPE
2. viande épice, gras
3. Cigarette
4. Papier (assiette)
5. Menthe
6. Boîte à litière
7. Boîte
8. Lichens
9. Feuilles
10. Papier
11. Eau
12. Eau
13. Eau



Processus de récolte des témoignages olfactifs pour la carte olfactive de Lausanne



FIG.18 - *Epithéliums*, Boris Raux
Galerie du Haut Pavé à Paris, 2009.

PARTIE III

Quelles promesses technologiques pour l'olfaction ?

Nous pouvons dire que la volonté de rompre avec la suprématie de la vision et de l'ouïe marque l'histoire de l'art contemporain et de plus en plus d'artistes en appellent désormais à l'odorat dans leurs œuvres. Mais quelles promesses technologiques se dessinent pour l'olfaction dans le design ? De nombreux chercheurs mettent au point des prototypes capables de produire des signaux olfactifs afin d'ajouter des sensations olfactives au monde numérique, d'envoyer des odeurs à distance et de les synchroniser avec des contenus multimédias. Mais quelles sont les limites de ces dispositifs ? Jusqu'où cela peut-il mener ?

a - Olfaction et nouvelles technologies

Tout d'abord, pour bien comprendre la manière dont les différents prototypes capables de produire des signaux olfactifs sont réalisés dans le monde de l'art et du design, il s'agit avant tout de repréciser ce qu'est un produit odorant en tant que tel. En effet, c'est ce qu'évoquent Roland Salesse et Sophie Domissek dans « Techniques d'odorisation dans les arts vivants » :

Un produit odorant n'a pas d'odeur par lui-même. Pour être odorant, il faut d'abord que ses molécules soient reconnues par des neurones olfactifs dans notre nez. Ces neurones transforment le message chimique en un message nerveux compréhensible par le cerveau. C'est seulement ensuite, quand cet influx nerveux est traité par les zones spécialisées du cerveau que la stimulation devient une perception, c'est-à-dire une « odeur » dont on a conscience et qu'on peut éventuellement nommer⁶⁴.

Il s'agit là de bien comprendre la différence entre le terme *odorant*, qui désigne un produit chimique, et le terme *odeur* qui renvoie plus précisément à la perception. Ce sont donc les odorants que les artistes et chercheurs vont tenter d'appliquer au sein du monde de la création contemporaine, en travaillant différents types de parfums.

⁶⁴ Salesse Roland, Domissek Sophie, « Techniques d'odorisation dans les arts vivants », dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p.80.

Nous pouvons remarquer que dès la première moitié du XX^{ème} siècle, s'opère un développement du savoir-faire de la parfumerie française : cette période en marque l'apogée, les parfums étant peu nombreux, ils sont alors plus enclins à être de qualité. Cependant, d'après Edmond Roudnitska, auteur des célèbres *Femme* de Rochas ou bien *l'Eau Sauvage* et *Diorella* de Dior, ce statut de chef d'oeuvre s'est vite dissout par le plagiat des parfums : « La copie est tellement devenue une seconde nature que dès qu'une marque sort un parfum, et avant même de savoir s'il aura le moindre succès, les plagiaires sont à l'oeuvre⁶⁵ ». Ce type de plagiat a donc entraîné une baisse d'originalité des senteurs et donc créé une uniformisation et banalisation des parfums, ce qui est venu ternir l'aspect créatif du parfum. Certaines marques ont cependant su se démarquer de cette vague, afin de laisser un plus grand champ à l'expérimentation et à garder une certaine originalité, telles que Dypytique, Annick Goutal ou bien l'Artisan Parfumeur : elles démontrent que malgré le coût de la créativité et de l'originalité, « elles n'étaient pas exclusivement réservées aux quelques amateurs très fortunés qui peuvent passer commande d'un parfum "sur-mesure" sans aucune contrainte de prix de revient⁶⁶ ». Le fait que la recherche d'originalité dans la création de parfum se développe, et l'élaboration de séries limitées ou collections particulières à un coût relativement abordable participe donc à l'émergence de nouveaux chefs d'oeuvres olfactifs.

La création de parfum se développe et se démocratise, mais il s'agirait de voir plus globalement ce que les avancées technologiques peuvent apporter dans la continuité de cet art olfactif, dans tous les domaines confondus, par exemple dans le cinéma interactif avec les odeurs intégrées. La question de l'ajout d'une dimension olfactive à l'expérience cinématographique a été soulevée depuis longtemps déjà, notamment à la fin des années 50, avec la mise en place du système *Smell-O-Vision* (**FIG.19**) pour le film *Scents of Mystery* dans des salles de cinéma américaines⁶⁷. Le concept fonctionnait grâce à des signaux sur la bande sonore du film, qui permettaient alors de déclencher automatiquement des arômes dans des tubes en plastique incorporés aux sièges. Cependant nous pouvons nous demander : qu'apportent réellement ces odeurs ? Leur diffusion, étant la volonté du producteur Michael Todd, a pu être considérée comme une expérimentation novatrice mais les

⁶⁵ Roudnitska Edmond, *L'Esthétique en question*, Éditions PUF, 1977, p. 119.

⁶⁶ Le Guérier Annick, « La reconnaissance artistique du parfum », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p. 48.

⁶⁷ « Le parfum, dernière frontière du cyberspace. » 28 mai. 2019, <http://theconversation.com/le-parfum-derniere-frontiere-du-cyberspace-117873>.

dysfonctionnements comme des odeurs trop fortes et non synchronisées avec le film ont terni ces premiers essais qui pourtant étaient très attendus. Il semblerait que le manque de technique aboutie ait pu freiner la dimension créative dans le processus pour une expérience pertinente. Dans cette même lancée, il y eut également des essais d'incorporation de l'olfaction dans le projet *Sensorama* (**FIG.20**) en 1962, créé par Morton Heiling, ressemblant à une sorte de « borne d'arcade⁶⁸ » mécanique, avec « une chaise simulant des mouvements », « un écran stéréoscopique à large angle de vue et de haut-parleurs stéréo », et « une soufflerie pour recréer les effets du vent et un diffuseur de parfum ». Le spectateur s'asseyait dans cette structure et se retrouvait immergé à New York, en balade à moto : pour cela, du vent était généré par le ventilateur, des odeurs d'essence et de pizza pimentaient son périple en lui donnant l'impression d'être en ville⁶⁹. Cependant le projet n'a pas été commercialisé car trop coûteux à l'époque. Il est intéressant de remarquer que bien avant l'arrivée des casques de réalité virtuelle, la volonté d'une immersion sensorielle la plus fidèle possible et le besoin de plonger dans un environnement virtuel étaient déjà bien présents. En 1985, est créé le projet *Odorama* à la Cité des sciences et de l'industrie de La Villette où la volonté était également d'associer les odeurs à l'audiovisuel. Cependant, le projet a eu quelques problèmes, comme le fait que « les produits parfumés n'étaient pas à l'abri de l'air et les mouillettes sortant par la fente électromagnétique s'accumulaient en désordre⁷⁰ ». Malgré tout, « le cinéma odorant a fait rêver tout le monde ; mais il reste une utopie encore aujourd'hui, à cause du flux d'air (...) et des nombreuses recharges, K7 ou systèmes de consommables à installer et renouveler en permanence si chaque fauteuil était équipé⁷¹ ». Ce type de projet a permis de voir éclore d'autres installations, bien qu'éphémères car compliquées à mettre en place, comme par exemple l'*Odorama* pour le Comité du Parfum, où les évolutions technologiques comme le développement du DVD, ont permis de faire connaître le processus dans le monde entier car la mise en place s'est simplifiée, le public pouvait profiter du film et des odeurs « sans avoir à déboucher des flacons⁷² ». Dans un registre légèrement différent, Jacqueline Blanc-Mouchet évoque son travail avec la revue *Synesthésie* au Salon *Global Tekno* en 1998, avec ici

⁶⁸ « L'histoire réelle de la réalité virtuelle - Tom's Hardware. »

<https://www.tomshardware.fr/lhistoire-reelle-de-la-realite-virtuelle/2/>.

⁶⁹ « Sensorama - Wikipedia. » <https://en.wikipedia.org/wiki/Sensorama>.

⁷⁰ Blanc Mouchet Jacqueline, « À la poursuite de la dimension olfactive » dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p.68.

⁷¹ *Ibidem*, p.69.

⁷² *Ibidem*, p.70.

l'exploration de la diffusion de parfums par Internet⁷³. Cette émission d'odeurs est déclenchée par l'un des joueurs connecté à distance, en appuyant sur l'icône *Jingle Odorant* présente sur le site. Les odeurs propagées vont provoquer des réactions chez le public, qui va être capturé en vidéo par des webcams. Les images récoltées vont alors être retransmises vers les autres joueurs. Ce dispositif met en rapport la similitude entre l'odeur et le réseau, c'est à-dire qu'ils sont tous deux à la fois volages, instables, difficiles à contrôler. Ce type de dispositif a donné des idées à d'autres sociétés, aussi bien en France qu'aux Etats-Unis, en tentant d'envoyer des odeurs par Internet. Cependant il n'y a pas eu de véritable succès car les électrophysiologistes sont confrontés à la problématique de l'encodage électrique.

Les types de dispositifs de diffusions d'odorants possibles sont nombreux, il serait alors intéressant de les classer, en fonction de la matière première, du mode de diffusion, qu'il soit manuel ou automatique, et de l'état physique de l'odorant⁷⁴. Grâce à ce référencement (voir tableau), nous pouvons constater que les types de dispositifs peuvent être très variés, aussi bien sur le temps, le volume de diffusion que sur le coût occasionné. Il conviendrait alors d'adapter chaque système olfactif adapté au dispositif. Chaque système va créer une impression différente sur le spectateur, en fonction de la manière dont l'odorant lui parvient et son temps de diffusion.

	Source/dispersion totale	Système de diffusion	Temps de diffusion	Volume de diffusion/Évacuation	Prix
Touche de parfumeur (diffusion individuelle)	Touche ("mouillette") trempée dans le parfum	A faire passer aux spectateurs	>> 1 minute	Sous le nez (mais ça diffuse au-delà) Dans l'air ambiant	1 centime la touche
Boîtier à couvercle	Le boîtier contient des grains de Pebax absorbants les odorants	A faire passer aux spectateurs	>> 1 minute	Sous le nez (éventuellement un peu au-delà) Dans l'air ambiant	1 euro le boîtier
Grille-pain ou four	Tranches de pain ou pâte à pain	Convection naturelle du local ou ventilateur	Minutes	Quelques m ³ Dans l'air ambiant	Quelques dizaines d'euros
Pulvérisateur à main (diffusion)	Liquide du flacon pulvérisé par	Convection naturelle du local ou	De l'ordre de la minute	De quelques m ³ jusqu'à des	Quelques euros

⁷³ Blanc Mouchet Jacqueline, « À la poursuite de la dimension olfactive » dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p.72.

⁷⁴ Salesses Roland, Domisseck Sophie, « Techniques d'odorisation dans les arts vivants » dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p.84.

partielle ou totale dans le volume du local)	pression	ventilateur, ou encore dans le système de ventilation du local		centaines de m ³ Dans l'air ambiant	
Sigmacom (diffusion dans tout le volume du local)	Parfum liquide pulvérisé par effet Venturi en aérosol très fin ; jusqu'à 12 flacons par diffuseur	Convection naturelle du local ou ventilateur, ou encore dans le système de ventilation du local	10 secondes à 2 minutes	Millier de m ³ , plein air Dans l'air ambiant	Facturation de la prestation : quelques milliers d'euros par spectacle
Odoravision (home cinéma ou siège de cinéma)	Parfum liquide pulvérisé par effet Venturi ; commande par "scent track" sur le DVD	Ventilateur inclus dans le boîtier. Nombreux boîtiers nécessaires	1 à 5 secondes	Quelques m ³ Dans l'air ambiant	Table basse ou "baffle olfactif" : quelques milliers d'euros
Aeryum, ex : Air Aroma (diffusion dans tout le volume du local)	Dispersion piezzo-électrique du liquide (aérosol)	Convection naturelle du local ou avec ventilateur supplémentaire	20 secondes à plusieurs minutes suivant le volume	De quelques m ³ jusqu'à des milliers de m ³ suivant les appareils et leur nombre Dans l'air ambiant	Centaines à milliers d'euros
ScentyS (diffusion dans tout le volume du local)	Parfums absorbés sur Pebax, en cartouches ; 1 à 4 cartouches par appareil	Ventilateur inclus dans le boîtier	Quelques secondes à minutes	De quelques m ³ jusqu'à des milliers de m ³ suivant les appareils et leur nombre Dans l'air ambiant	Centaines à milliers d'euros
AC2i-Olfacom (sous le siège ou dans le siège)	Parfums absorbés sur Pebax, une cartouche par appareil; 8 cartouches en prévision	Ventilateur inclus dans le boîtier. Nombreux boîtiers nécessaires pour une grande salle	1 à quelques secondes	< 2-3 m ³ par boîtier Evacuation non nécessaire	Boîtier individuel de quelques centaines d'euros, mais milliers d'euros pour équiper une salle
Laudamiel (individuel vers chaque spectateur)	Parfums absorbés sur Pebax, en cartouches	"Orgue" à parfums et tuyaux individuels jusqu'à un "micro" à odeur	Quelques secondes, indépendant de la convection de la salle	De l'ordre du litre (sous le nez du spectateur) Evacuation non nécessaire	80000€

Tableau - Quelques dispositifs de diffusion d'odorants. Les prix indiqués sont des ordres de grandeur et ne comprennent pas le prix de la préparation parfumée elle-même.

Aujourd'hui, alors que les dispositifs innovants se développent en ce qui concerne le domaine de la vision, comme les casques d'immersion, les Google Glass, le cinéma 3D,..., nous pouvons dire que des essais technologiques ont été également réalisés afin d'intégrer la diffusion d'odeurs dans nos vies et dans notre espace intime. C'est d'ailleurs ce qu'on appelle les *Digital Scent* qui, via un média numérique, vont permettre de percevoir, transmettre et recevoir des odeurs via les nouvelles technologies.

Depuis 2010, la Société de l'Olfaction Numérique (Digital Olfaction Society), fondée par Marvin Edeas, docteur en biochimie, établit des recherches autour de l'olfaction numérique, afin de participer à son développement en capturant, numérisant, transmettant et

reproduisant des odeurs et cela dans plusieurs médias, comme les films, les jeux vidéos, les e-mails⁷⁵.

Nous pouvons citer quelques objets innovants, tel que le réveil olfactif *SensorWake* (**FIG.21**), conçu par Guillaume Rolland. Ce réveil a la particularité de réveiller l'utilisateur avec sept odeurs différentes (« chocolat, menthe, espresso, pain grillé, croissant, bord de mer et herbe coupée⁷⁶ ») et fonctionne grâce à des dosettes parfumées. Ce dispositif est intéressant dans la mesure où il permet notamment un réveil en douceur, mais aussi car il permet de compenser la perte d'un autre sens, en l'occurrence ici l'ouïe et donc aider les personnes qui ont une déficience auditive. La recherche d'innovation se développe également du côté de la start-up Vapor Communications, qui propose quant à elle un diffuseur olfactif connecté avec *Cyrano* (**FIG.22**), une sorte de haut-parleur odorant, relié à une application nommée oNotes. L'utilisateur peut choisir les odeurs qu'il souhaite en fonction de son humeur. Ce système imaginé par David Edward, professeur de génie biomédical à l'université d'Harvard, Eyal Shahara, un ingénieur diplômé du M.I.T et le designer Baptiste Viala, peut être transporté partout et être utilisé lors de la diffusion de films⁷⁷. La société Vapor Communications compte continuer d'explorer ce domaine de diffusion olfactive en développant en parallèle le même système mais cette fois-ci pour les livres ou bien les vêtements.

⁷⁵ « Les odeurs du numérique - Auparfum. » 24 mai. 2016, <https://www.auparfum.com/les-odeurs-du-numerique.2449>

⁷⁶ *Idem*.

⁷⁷ « Vapor Communications Launches Cyrano, a Digital Scent» 27 avr.. 2016, <https://www.prnewswire.com/news-releases/vapor-communications-launches-cyrano-a-digital-scent-speak-and-mood-modification-platform-300258033.html>.



THE BRAINS OF SMELL-O-VISION—Michael Todd, Jr. (left) sits beside master control and scent energizer of the Smell-O-Vision system with its inventor Hans Lube. Latter points to the multitude of vials each containing a different scent which is selectively projected through tubes to every seat in theatre on signal triggered from picture's sound track.

FIG.19 - Michael Todd (à gauche) près du dispositif *Smell-O-Vision* et son inventeur Hans Lube (à droite), utilisé pour le film *Scent of memory*, 1960.

Introducing . . .

sensorama

The Revolutionary Motion Picture System
that takes you into another world
with

- 3-D
- WIDE VISION
- MOTION
- COLOR
- STEREO-SOUND
- AROMAS
- WIND
- VIBRATIONS



○ PATENTED

SENSORAMA, INC., 855 GALLOWAY ST., PACIFIC PALISADES, CALIF. 90272
TEL. (213) 459-2162

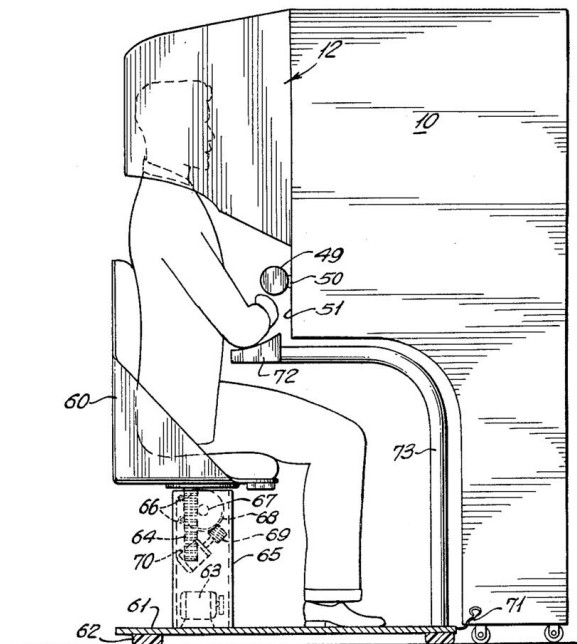


FIG.20 - Affiche présentant le projet *Sensorama* et plans du dispositif, 1962.



FIG.21 - Le réveil *SensorWake*, Guillaume Rolland, 2015.



FIG.22 - *Cyrano*, et l'application associée *oNotes*, 2016.

b - Quelles limites ?

Comme nous avons pu le constater, nombreuses sont les tentatives d'intégrer le sens de l'odorat dans les créations contemporaines et depuis longtemps déjà, la question de l'ajout d'une dimension olfactive à des expériences a été soulevée. Mais il est indéniable de constater que cette volonté de développer l'olfaction rencontre de nombreuses problématiques et a donc des limites.

Les questions financières vont venir freiner le développement de certains dispositifs, car certains peuvent devenir particulièrement onéreux⁷⁸ (voir tableau de classification des dispositifs de diffusion d'odorants). Le manque de moyens financiers dédiés aux installations techniques ne va pas favoriser la qualité de la création olfactive. La solution résiderait alors

⁷⁸ Salesse Roland, Domisseck Sophie, « Techniques d'odorisation dans les arts vivants » dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015, p.92.

éventuellement dans le fait que la technique devienne assez courante pour diminuer les coûts de la réalisation, notamment grâce à l'équipement des salles de cinéma ou même au domaine de la téléphonie mobile, avec la possibilité de diffuser des parfums par le biais d'un simple téléphone portable. En allégeant les dispositifs, cela leur permettrait d'être plus abordables, plus pratiques et donc de devenir plus populaires et accessibles à tous.

Les efforts opérés en terme de recherche et innovation technologique sont présents et encourageants, mais les avancées pourraient être perfectibles notamment dans la qualité de diffusion des odeurs. Pour cela, il s'agirait de véritablement connaître parfaitement la caractérisation des odeurs. Sans cela, il est alors compliqué de les reproduire dans le monde numérique. Cependant, deux méthodes de transmission sont plutôt prometteuses, comme la « ceinture montrée sur tube fixée à un masque pour disséminer les odeurs dans la réalité virtuelle, et une nacelle permettant à l'utilisateur d'inhaler l'air fourni⁷⁹ ».

Si nous revenons à l'exemple du haut-parleur odorant *Cyrano* évoqué précédemment, ce dispositif de diffusions de senteurs transportable partout avec nous, nous pouvons nous questionner sur la véritable utilité de cet objet. Certes, la société à l'origine du projet promet notamment dans sa vidéo de présentation de l'objet⁸⁰ une vie plus riche en sollicitations sensorielles, notamment grâce à l'impact des odeurs sur notre humeur et notre bien-être. Mais cela est-il véridique ? Être plus sollicité sensoriellement, est-ce vraiment bénéfique pour mener une vie plus joyeuse et épanouie ? Notre quotidien est déjà sur-sollicité de parfums plus ou moins naturels, ne serait-ce pas juste un moyen de le saturer encore plus ? Créer des imitations d'odeurs de prairie par exemple, en dit long sur notre mode de vie et la société dans laquelle nous évoluons et sur la perte progressive du rapport avec la nature.

Nous pouvons établir un lien également avec le prototype de montre *Scent Rythm* (**FIG.23**) du designer Aisen Caro Chaicin. Cette montre a la particularité de diffuser quatre parfums différents à des moments distincts de la journée et a pour but de faire ressentir le temps qui passe et d'améliorer notre rythme biologique. Par exemple, le matin peut se caractériser par une odeur de café, tandis que la senteur de la camomille bercera avant d'aller dormir. Ce prototype est intéressant mais nous nous retrouvons confrontés au même

⁷⁹ « Le parfum, dernière frontière du cyberspace. » 28 mai. 2019, <http://theconversation.com/le-parfum-derniere-frontiere-du-cyberspace-117873>.

⁸⁰ « Introducing Cyrano on Vimeo. » 27 avr.. 2016, <https://vimeo.com/164400083>

problème : la saturation de l'atmosphère, le surplus éventuel d'alertes odorantes peut freiner la commercialisation du produit. Malgré tout, la viabilité de l'objet résiderait dans sa capacité à être utilisé avec parcimonie.

En ce qui concerne le domaine de la réalité augmentée, le casque *FeelReal* (**FIG.24**), qui se clipse à un casque VR comme l'Oculus Rift ou le HTC Vive, propose une immersion complète, aussi bien visuelle, tactile qu'olfactive dans un monde virtuel. Grâce à des ventilateurs d'air chaud ou froid et des cartouches d'odeur intégrées, il est donc possible d'ajouter une dimension olfactive à l'expérience de réalité augmentée, et de sentir l'environnement du monde virtuel. Le projet a eu plusieurs problèmes financiers. En effet, une première tentative avait été recalée en 2015, mais grâce à une campagne de financement participatif Kickstarter depuis avril 2019, le projet a été relancé. Cependant des délais de production ont retardé l'élaboration des produits, et s'est ajoutée la loi Trump aux Etats-Unis avec la nécessité de certification des produits odorants :

La FDA considère tous les types de dispositifs de vaporisation comme dangereux pour les personnes. Comme le masque *FeelReal* est techniquement un appareil à vapeur, nous avons dû commencer une nouvelle série de tests et d'améliorations du produit pour obtenir une autorisation de production et de vente en masse⁸¹.

Malgré cet obstacle, il s'agirait de voir désormais si ce projet va voir le jour et être démocratisé, de quelle manière il va être accueilli par le public et si les progrès technologiques ont été convaincants afin d'avoir une expérience inédite totale.

⁸¹ « PlayStation VR : La loi Trump met à mal l'avenir du masque ... » 5 janv.. 2020, <https://www.vrplayer.fr/playstation-vr-feelreal-psvr-pcvr/>.

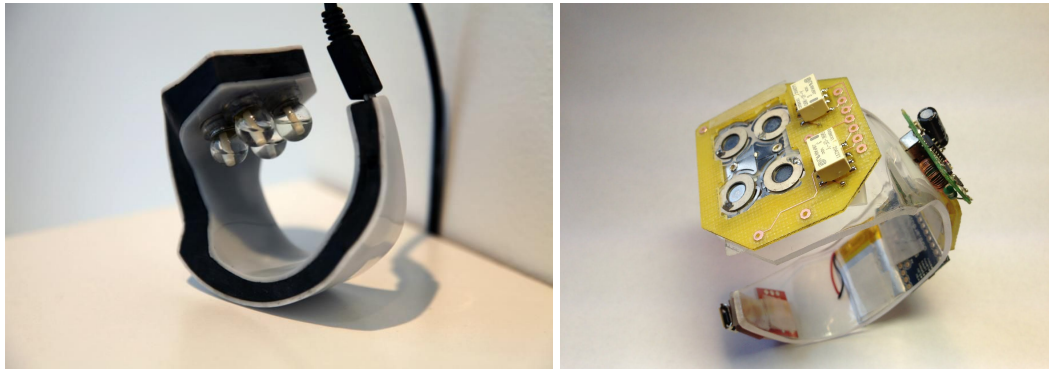


FIG.23 - La montre *Scent Rhythm*, Aisen Caro Chaicin, 2013.



FIG.24 - Le casque *FeelReal*, 2019.

CONCLUSION

Nous l'avons constaté, de nombreuses créations contemporaines ont incorporé l'olfaction, et ce, de manière radicalement différente et avec cette même volonté de créer une expérience sensorielle en portant un regain d'attention au sens de l'odorat, tant délaissé. Ces réalisations ne prétendent pas apporter des solutions définitives mais tendent à esquisser des espaces de potentialités. Ces projets ont le mérite d'exister et nous questionnent sur la place de l'odorat : ce qu'il apporte au niveau de la réminiscence de souvenirs, ce qu'il raconte sur l'évolution de notre société et de notre rapport sensoriel au monde. Malgré tout, des limites budgétaires et de qualité technique peuvent remettre en cause la viabilité de certaines pratiques, qui sont intéressantes dans leurs dimensions novatrices et expérimentales mais plus difficiles à mettre en place dans notre vie quotidienne. Car, pour certains projets évoqués précédemment, ne serait-ce pas simplement de simples gadgets, dont l'utilité ne s'avérera jamais ? Ou bien ne serait ce surtout que des innovations de l'ordre de la distraction ou de l'originalité ? En améliorant les interfaces virtuelles comme les jeux vidéos, en ajoutant en plus de la vue et de l'ouïe, le sens de l'odorat, un risque pourrait s'opérer dans la déconnexion des êtres du réel et du présent, et nous pourrions nous questionner sur l'évolution constante de cette technologie, avec la ressemblance trop proche de ce type d'expérience à la réalité.

Malgré tout, peut-être s'agirait-il de mettre de côté tout type de dangers potentiels, et d'accueillir ces inventions avec bienveillance et légèreté : on a souvent prédit à des inventions un échec alors qu'elles ont pu se révéler très utiles et cela de manière inattendue. Certains outils seront probablement perfectionnés et miniaturisés comme l'ont été les ordinateurs et les téléphones. Jusqu'où l'exploration de l'odorat peut-elle mener ? Il s'agira alors de voir dans le futur, quels types d'outils et d'expériences sensorielles nous seront proposés, pour tout simplement nous amener à... (re)sentir.

BIBLIOGRAPHIE

Livres

- Holley André, *Éloge de l'odorat*, Éditions Odile Jacob, 1999.
- Vayssières Zoé & De Marnhac Anne, *L'odorat dans tous ses états*, Éditions Archibooks, 2015.
- Jaquet Chantal, *Philosophie de l'odorat*, Éditions PUF, 2010.
- Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- Castel Mathilde, *Les dispositifs olfactifs au musée*, Nez Éditions, 2018.
- Rieusset-Lemarié Isabelle, « Reconnaître le parfum », dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- Royet Jean-Pierre, Saive Anne-Lise, Plailly Jayne et Veyrac Alexandra, « Être parfumeur, prédisposition ou entraînement ? » dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- Blanc-Mouchet Jacqueline, « À la poursuite de la dimension olfactive » dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- Le Guérer Annick, « La reconnaissance artistique du parfum », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- Sarkissan Marie-Anouch, « Le concept d'interface parfum-musique », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- Paquet Dominique, « L'acteur olfactif », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- De Carné Violaine, « Théâtre olfactif », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- Ishii-Fôret Akiko, « La voie de l'art olfactif chez Maki Ueda », dans Jaquet Chantal *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- Salesse Roland, Domisseck Sophie, « Techniques d'odorisation dans les arts vivants » dans Jaquet Chantal, *L'Art olfactif contemporain*, Éditions Classiques Garnier, 2015.
- Roudnitska Edmond, *L'Esthétique en question*, Éditions PUF, 1977.
- Le Guérer Annick, « Osmothèque, Si le parfum m'était conté », Éditions Garde Temps, 2009.

Articles

- Rozin Paul, « "Taste-smell confusions" and the duality of the olfactory sense », 1982.
- Murray Sheperd Gordon, « The human sense of smell : are we better than we think ? » in *PLoS Biology*, Volume 2, Issue 5, Mai 2004.
- Dufour Bernard, « Des expositions comme oeuvres de l'esprit », *Revue Internationale du Droit d'Auteur*, n°180, 1999.

SITOGRAPHIE

« #05 L'odorat, partie 1 - Les sens humains - e-penser - YouTube. » 13 janv.. 2019,
<https://www.youtube.com/watch?v=dJ0fo5Tp06A>.

Olfaction — Wikipédia. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Olfaction>.

« Dessine-moi une odeur | Pour la Science. » 30 nov.. 1999,
<https://www.pourlascience.fr/sd/linguistique/dessine-moi-une-odeur-1166.php>.

Le Guérer Annick, « Évolution de notre perception de l'odorat », *Pollution atmosphérique*, n°234,
<http://lodel.irevues.inist.fr/pollution-atmospherique/index.php?id=6225>.

« Le sentiment de la licorne : un parcours olfactif au Musée de ... »
<http://www.fragrancefoundation.fr/2017/05/le-sentiment-de-la-licorne-un-parcours-olfactif-au-musee-de-la-chasse-et-de-la-nature/>.

« Smell+ - Auger Loizeau. » <http://www.auger-loizeau.com/projects/smell>.

« Madeleine de Proust — Wikipédia. » https://fr.wikipedia.org/wiki/Madeleine_de_Proust.

« Quand une odeur réveille un souvenir... - La Science », 5 mars. 2019,
<http://www.lasciencesimplement.fr/odeur-reveille-souvenir/>.

« Approche historique du rapport à l'odeur dans notre société »
<http://tpe-odeurs-svt-ses.e-monsite.com/pages/approche-historique-du-rapport-a-l-odeur-dans-notre-societe.html>.

« De l'inframince, brève histoire de l'imperceptible, de ... - Cairn. »
<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-4-page-124.htm>.

La madeleine de Proust, 1000 idées de culture générale
<https://1000-idees-de-culture-generale.fr/madeleine-proust/>.

« Oswaldo Maciá: A Laboratory of ... - Henrique Faria Fine Art. »
<http://www.henriquefaria.com/exhibition-about?id=73>.

« Sentir pour ressentir, la médiation olfactive au service des », 21 août. 2017,
<https://cehistoire.hypotheses.org/1060>.

« Groupe thérapeutique à médiation sensorielle olfactive ... - Cairn. »
<https://www.cairn.info/revue-psychotherapies-2012-2-page-137.htm>.

Le quotidien des tranchées - ALEXIA ROUX <https://alexiaroux.fr/portfolio/le-quotidien-des-tranchees/>.

« Kate McLean, archiviste olfactive - Lush France »
<https://fr.lush.com/article/kate-mclean-archiviste-olfactive>.

Une approche olfactive - Boris Raux,
<http://www.borisraux.com/index.php?critiques/une-proche-olfactive/>.

« Le parfum, dernière frontière du cyberspace. » 28 mai. 2019,
<http://theconversation.com/le-parfum-derniere-frontiere-du-cyberspace-117873>.

« L'histoire réelle de la réalité virtuelle - Tom's Hardware. »
<https://www.tomshardware.fr/lhistoire-reelle-de-la-realite-virtuelle/2/>.

« Sensorama - Wikipedia. » <https://en.wikipedia.org/wiki/Sensorama>.

« Les odeurs du numérique - Auparfum. » 24 mai. 2016,
<https://www.auparfum.com/les-odeurs-du-numerique,2449>

« Vapor Communications Launches Cyrano, a Digital Scent ...» 27 avr.. 2016,
<https://www.prnewswire.com/news-releases/vapor-communications-launches-cyrano-a-digital-scent-sneaker-and-mood-modification-platform-300258033.html>.

« Introducing Cyrano on Vimeo. » 27 avr.. 2016, <https://vimeo.com/164400083>

« PlayStation VR : La loi Trump met à mal l'avenir du masque ... » 5 janv.. 2020,
<https://www.vrplayer.fr/playstation-vr-feelreal-psvr-pcvr/>.

LEXIQUE

Anosmie : absence d'odorat

Aromathérapie : désigne l'art de mettre à profit les vertus supposées de produits odorants, le plus souvent extraits de plantes, comme les huiles essentielles, pour prévenir ou combattre certains dérèglements psychologiques ou somatiques et procurer du bien-être.

L'aromathérapie ne fait pas toujours la distinction entre les produits qui agissent strictement sur le système olfactif en tant qu'odeurs et ceux qui exercent leur action par d'autres voies (par exemple transcutanée lors de massages).

Fragrance : odeur agréable d'origine naturelle ou synthétique. Le terme a un sens plus général que celui du parfum.

Parosmie : Altération de la perception olfactive conduisant à percevoir les odeurs avec des qualités modifiées.

Phéromones : signaux chimiques de communication animale. Les phéromones émises par un individu influencent le comportement d'autres animaux et/ou leur physiologie.

Hyperosmie : Trouble qui se traduit par une augmentation de la sensibilité de l'odorat. L'hyperosmie n'est pas véritablement handicapante, néanmoins elle peut se révéler extrêmement pénible, notamment lorsque les moindres odeurs (agréables ou nauséabondes) entraînent des nausées.